الإعلام والشباب وصياغة الوعي: دراسة ميدانية على طلبة جامعة اليرموك

إعداد

خضر وائل يوسف العتوم

المشرف

الاستاذ الدكتور مجدالدين خمش

قدمت هذه الاطروحة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في
علم الاجتماع

كلية الدراسات العليا

الجامعة الأردنية

كانون ثاني 2013

نموذج ترخيص

أنا الطالب : خضر وائل يوسف العتوم أمنح الجامعة الأردنية و/ أو من تفوضه ترخيصاً غير حصري دون مقابل بنشر. و / أو استعمال و / أو استغلال و / أو ترجمة و / أو تصوير و / أو إعادة إنتاج بأي طريقة كانت سواء ورقية و / أو إلكترونية أو غير ذلك رسالة ~~الماجستير~~ / الدكتوراه المقدمة من قبلي وعنوانها.

الاعلام والشباب وصياغة الوعي: دراسة ميدانية على طلبة جامعة اليرموك.

وذلك لغايات البحث العلمي و / أو التبادل مع المؤسسات التعليمية والجامعات و / أو لأي غاية أخرى تراها الجامعة الأردنية مناسبة، وأمنح الجامعة الحق بالترخيص للغير بجميع أو بعض ما رخصته لها.

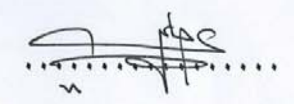
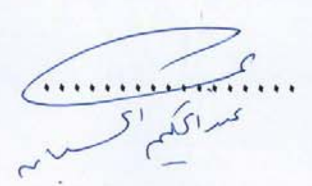
اسم الطالب: خضر وائل يوسف العتوم

التوقيع:

التاريخ: ١٤/١/٢٠١٣

قرار لجنة المناقشـــة

نوقشت هذه الرسالة (الاعلام والشباب وصياغة الوعي: دراسة ميدانية على طلبة جامعة اليرموك) واجيزت بتاريخ ٢٠١٢/١٢/١٨ ،

أعضاء لجنة المناقشـــــة	التوقيـــــــــع
الدكتور مجد الدين عمر خمش / مشرفا استاذ – علم اجتماع	....
الدكتور محمد عبدالمولى الدقس /عضوا استاذ – علم الاجتماع	.... 
الدكتور حلمى خشر ساري / عضوا استاذ - علم االاجتماع الاعلامي	.... 
الدكتور عبدالحكيم خالد الحسبان/عضوا استاذ – علم الاجتماع/ جامعة اليرموك	.... 

شكر وتقدير

لا يمكن للباحث ان يكون سوسيولوجيا إلا إذا انبتّ وفك الرباط مع جميع انتماءاته السابقة وأصبح حدوديا، هذا ما يقوله بورديو. وكأنه يدعو كل من انبرى للعمل السوسيولجي ان يبقى واقفا على الحدود وأن لا يقحم قيمه وأعرافه وذاته في تفكيكه للحقائق وتنسيبها.

لقد جاء هذا البحث نتيجة سجال مضني بيني وبين نفسي وبيني وبين كل من نظروا في هذا الميدان الثري في سوسيولوجيا الاتصال والاعلام. وكان همي خلال هذا المخاض أن آتيكم منها بقبس ينير لي الطريق او اجد على النار هدى. فكانت هذه الثمرة التي ارجو ان تشكل اضافة الى هذا الحقل الواسع والكبير.

يقول رسول ا ، انما يعرف الفضل لأهل الفضل ذوو الفضل. وأنا انسى فلا انسى فضل من كان لهم أياد لا تنكر في انجاز هذا العمل، وأخص بالذكر مشرفي الاستاذ الدكتور مجد الدين خيري خمش، بما قدمه لي من تشجيع وتوجيه، كما اتوجه بالشكر الجزيل الى اعضاء لجنة المناقشة لتفضل بإثراء هذه الرسالة من خلال ملاحظاتهم القيمة وجميعهم أساتذة كرام تعرفت اليهم من خلال مساقات التدريس والمؤلفات والبحوث القيمة التي اثروا بها مكتبتنا السوسيولجية. وهم الاستاذ الدكتور محمد الدقس، والاستاذ الدكتور حلمي ساري ، والاستاذ الدكتور عبدالحكيم الحسبان.

ولا يفوتني ان اتوجه بجزيل الشكر الى عائلتي إخوتي وأخواتي. كما أخص بالشكر زوجتي العزيزة الدكتورة رحاب التي لم تبخل بتقديم الدعم والمؤازرة، وأخيرا وليس آخرا اقدم جزيل الشكر الى شقيقتي الدكتورة ميسون على دعمها المتواصل بالمشورة والتشجيع، اليهم جميعا اتوجه بخالص العرفان.

الباحث

قائمة المحتويات

الإعلام والشباب وصياغة الوعي: دراسة ميدانية على طلبة جامعة اليرموك

إعداد
خضر وائل يوسف العتوم
المشرف
الاستاذ الدكتور مجدالدين خمش

ملخص

تقوم الفرضية الأساسية في هذه الدراسة على فكرة رئيسية تفيد بأن وسائل الإعلام والاتصال بأشكالها وتقنياتها المتعددة تلعب دورا بالغ الخطورة في تشكيل الثقافة العامة لدى جميع الشرائح في مجتمعاتنا، وأنها قادت وتقود عملية تغيير راديكالي معمق في متسويات وعي الأفراد عموما وفي مقدمتهم الجيل الشاب. وهي شريحة حساسة ومهمة يتم استهدافها بأنماط واشكال متنوعة من المضامين الإعلامية والاتصالية تهدف في النهاية الى تزويدهم بوعي افتراضي صناعي زائف، تصوغه القوى (الاقتصادية - السياسية والمعرفية) المسيطرة، و يكفل التحكم باتجاهاتهم ومواقفهم وقناعاتهم على كافة المستويات. ويضمن إخضاع وعيهم وتسطيحه وإعداده لتعزيز ثقافة طابعها العام هو الاستهلاك. مما يؤكد الكثير من المقولات النظرية التي تشير الى ان ثقافة المجتمعات الحديثة هي ثقافة تتم صناعتها من قبل الجهات المتحكمة بالسلطة ورأس المال. وأن وسائل الاتصال تلعب الدور المحوري والاول في صناعة هذه الثقافة متجاوزة بذلك كل الأدوار والمساحات التي كانت تشغلها المؤسسات الاجتماعية التقليدية في صياغة المنظومات المعرفية والسلوكية للافراد والجماعات.

وتتمثل أهم اهداف الدراسة برصد وتعيين أهم مفاصل العلاقة بين الافراد من جهة ووسائل الاتصال الحديثة من الجهة المقابلة والطريقة التي تعمل من خلالها هذه الوسائل في غرس وتشكيل انماط مختلفة من الوعي والسلوك لديهم والعناصر والآليات الفاعلة فيها .

وقد شملت الدراسة سبعة محاور رئيسية حاولنا من خلالها تفكيك العلاقة بين وسائل الاعلام ومضامينها من جهة وانماط وعي الشباب وسلوكهم من الجهة المقابلة، وتضمنت هذه المحاور، طبيعة التعرض لوسائل الاعلام وطبيعة المضامين الاعلامية التي يقبل عليها الطلاب، وأنماط الوعي لديهم على المستويات الجادة ومستويات التسلية والترفيه، والمكونات الثقافية الأخرى التي ساهمت في بناء المنظومات المعرفية لديهم، إضافة الى محور تناول مستويات الثقة بوسائل الاعلام. وأما المحور الأخير فتناول مواقف الشباب من بعض القضايا الهامة الراهنة على المستوى المحلي والعربي وكيفية فهمهم وتفاعلهم معها ودور وسائل الاعلام في تنميط هذا الفهم والتفاعل.

وأما بالنسبة لمنهج الدراسة فقد حاول الباحث ان نمزج اكثر من رؤية واحدة او مدرسة نظرية بعينها من النظريات المهتمة بالظاهرة المدروسة، ولذلك فقد زاوجنا بين نماذج لمنهجيات تملـك الكثير من المنطلقات والاسس المشتركة رغم تنوع تركيزها على هذا الجانب او ذاك من جوانب ظاهرة الاتصال وعلاقاتها المتشابكة بالبنى الاجتماعية والثقافية.

وقد أجريت الدراسة على عينات من طلاب جامعة اليرموك تنوعت بين عينة عشوائية ضـمت ثلاثماية طالب وطالبة لغاية جمع البيانات بواسطة الاستبيان، وعينات أخـرى ضـمت بـضع عشرات من الطلاب لغايات المقابلات المطولة بنوعيها الفردي والجمـاعي، وقـد اسـتغرقت الدراسة الميدانية ما يقارب العام، وتمخضت عن نتائج تم استخلاصها من خلال دمج اكثر مـن منهجية تحليلية واحدة.

وقد خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج التي اكد بعضها جانبا من فرضياتنا الـسابقة وسـاهم بعضها الآخر في توضيح جوانب اخرى لم تكن من ضمن هذه الفرضيات وعموما فإن النتـائج اكدت على ان جزءا كبيرا من نشاط الطلاب وتفاعلهم انما تـشكله وسـائل الاعـلام خاصـة الفضائيات والانترنت حيث تحتل متابعتها مكانا متقدما في جدول اهتمامـاتهم اليوميـة مقارنـة بالانشطة الاخرى. كما بينت النتائج ان وسائل الاعلام تساهم بشكل كبير في فصل الطلاب عن منظوماتهم القيمية والمعرفية الاجتماعية لصالح منظومات معرفية معولمة لا تنتمي للبيئة التـي يعيشون فيها كما تبين النتائج ان علاقة الطلاب بوسائل الاعلام تخطت حدود العلاقة الطبيعيـة الى مرحلة تحولت فيها الى اشكال مفرطة وهوسية وادمانية. وأن النسبة الغالبة مـن الطـلاب تظهر ميلا الى الثقة العمياء بالكثير من وسائل الاعلام ومضامينها في الوقت الذي لا يملكون فيه اية قاعدة معرفية متماسكة تمكنهم من مناقشة هذه المضامين او التفاعل معها بوعي نقدي.

تؤكد النتائج على ان هناك اشكال متنوعة من التنميط يتم ترسيخها عند الطـلاب فـي مختلـف الاتجاهات وان وسائل الاعلام تلعب دورا واضحا في هذا التنميط باتجاه مختلف القضايا الهامة، وأن وسائل الاتصال والاعلام من خلال ما تطرحه من وسائط للتفاعل بين الافراد انما تقدم بديلا عن الانخراط الفعلي للافراد في اية انشطة سياسية او اجتماعية او فكرية.

وبينت النتائج ان تأثير وسائل الاعلام يتخطى الانماط الظاهرية والمواقف العامة من الكثير من القضايا على مختلف المستويات الى البنى العميقة المتعلقة بالقيم الذوقية والجمالية وذلك في ظل غياب واضح لعمل مؤسسات المجتمع المختلفة وتأثيرها في صياغة هذا المستوى مـن الـوعي لديهم.

المقدمة

لو اردنا ان نصف الحالة العامة التي تعيشها المجتمعات الانسانية اليوم لما وجدنا مدخلا افـضل من مدخل الاتصال وعالمه ووسائله. ولو طلب منا ان نختار عنوانا عاما لما يجري في عالمنـا من تحولات سريعة وعاصفة لما وجدنا أكثر دقة من عبارة (ثورة الاتصال والمعلومـات) مـن الممكن لها ان تلخص ابرز ملامح التغيرات الاجتماعية والسياسية التي تحتل الـساحات حـول العالم وتشكل ما يعرف بالتحولات الكبرى هذه الايام. ولو وجه الينا نفس السؤال لكي نصف ما جرى ويجري في منطقتنا العربية في العامين الأخيرين، لطفرت الى اذهاننا وسـائل الاعـلام والفضائيات ومواقع التواصل الاجتماعي كأبرز العوامل التي لعبت دورا هائلا لم يكن بالامكان غض النظرعنه لتحقيق هذه التحولات في البنى السياسية والاجتماعية بغض النظر عن تقييمنـا لنتائجها على كافة المستويات.

يجمع المنظرون على اختلاف مشاربهم واتجاهـاتهم اليـوم علـى ان النظريـات الاجتماعيـة الكلاسيكية التي كانت تقدم التفسيرات والتحليلات لكل الظواهر الاجتماعية ولكل انماط التحـول الاجتماعي تقف اليوم امام التحدى الأكبر في تاريخها. ويطرح السؤال الكبير بقوة : هل لا زلنا نتعامل مع نفس الحالة التي كنا نطلق عليها مفهوم (المجتمع) أم ان هذه الحالة اصبحت كلهـا بلا مضمون حقيقي، هل لا تزال المؤسسات الاجتماعية التي لعبت دورها عبر التاريخ الطويـل للبشر تعمل بنفس الكيفية وبنفس الادوات. هل لا تزال كلمة ثقافة تعبر عـن نفـس التراكمـات التاريخية التي دأبت القوى الاجتماعية على صوغها عبر التاريخ البشري المديد، هل لا تـزال تعمل بنفس الآليات والكيفيات ولنفس الأهداف والأغراض.

لقد نبه مفكرو القرن العشرين الى تلك الحالة الانسانية الجديدة الناشئة منذ اكثر من ستين عامـا مضت، لقد أشار بعضهم بقوة الى المشروع الكبير الذي تبنته القوى السياسية المسيطرة وبـذلت من أجل بنائه جهودا جبارة، انه مشروع الهيمنة على الانسان. وهي هيمنة مختلفة هذه المـرة، انها الهيمنة الكبرى والنهائية، انها الهيمنة على الانسان من خلال التحكم بذاته الواعية.

لقد خضع الانسان عبر تاريخه الطويل لمختلف انماط السلطة، ولكنها جميعا كانت لا تطال منه سوى الجسد وسطح الروح، اما هذه المرة فإنها ستطال اعماق إرادته الحرة، انها السلطة التـي ستخترق كل خطوط الدفاع التي بناها للحفاظ على ذاته. لقد نبه مفكرو النصف الثاني من القرن العشرين الى هذا الخطر القادم حينها، والذي هو واقع نعيشه اليوم، انه خطر صوغ الانسان من الألف الى الياء، انه خطر برمجة الانسان ضد نفسه ومصالحة، انـه خطـر مـصادرة آخـر

الحصون التي يمارس ضمن حدودها ما تبقى له من حرية، انه القطعة الأخيـرة مـن سـمائه الزرقاء التي يحلق فيها، الفضاء الأخير الذي يتنفس فيه، انـه الخطـر الكـامن فـي تكـريس التكنلوجيا للسيطرة على ما تبقى من روحه الحرة، انها الخطر الكـامن فـي تكـريس وسـائل الاتصال الحديثة لصوغ وعيه بذاته وبتاريخه ومستقبله.

شرعنا في العمل بهذه الدراسة وكنا ندرك ان موضوعها هو الأكثر تعقيدا وتشابكا، لم يعد مـن الممكن بعد حدوث الثورة المعلوماتية والاعلامية التعامل مع ظاهرة الاتصال كظاهرة معزولة، ولا كظاهرة يمكن تفكيك عناصرها ومتغيراتها بدون تفكيك جميع البنى والعلاقات الاجتماعيـة، لأنها ببساطة كامنة في كل تفصيل ومتداخلة مع كل علاقة. لم يعد من الممكن فهم حركة الناس على المستويات السياسية والاقتصادية والثقافية وفهم سلوكهم اليومي والبعيد المدى، بدون رصد حركة وسائل الاتصال الحديثة، بما فيها من اذاعات وصحف وفضائيات وانترنت، لم يعد مـن الممكن فهم المجتمع وتنظيماته وتحولاته، لأن الجماهير ببساطة هي التي حلت محل المجتمعات والثقافات، لقد تحول المجتمع الى جمهور، والثقافة الى حالة من الوعي الاسـتهلاكي الزائـف، والناس الى قطيع من البائعين والمتسوقين. لقد فقدت الحرية معناها علـى المـستوى الفـردي والجماعي واصبح الناس كتلا بشرية يتم تنظيمها والتحكم بها عن بعد (بالريموت كنترول).

لقد لفت انتباهنا منذ امد بعيد هذا الانعطاف والتحول في وعي الناس عموما، وهذه السرعة التي تتغير فيها الاتجاهات والقيم والمعايير، وهذه النمطية البادية على سلوك الناس وأفكارهم. ومـذ ذاك شرعنا في التفكير بهذه الظاهرة، وكنا دائما نتعثر بالأثر الواضح لوسائل الاتصال في كـل مفاصلها وحيثياتها وتجلياتها، حتى جاء الوقت الذي قررنا فيه بحثها بمنهجية تأخذ في الاعتبـار الجانب الكيفي لهذه الظاهرة، ولذا فقد توجهنا الى النظريات المهتمـة بالمـستوى المعرفـي او (الابستمولوجي) للبشر، وكنا دائما نوظفها في خدمة التحليل النوعي والكيفي، لأننا نعتقد بعمـق ان هذه الظاهرة هي ظاهرة نوعية في جوهرها وأنها تشكل تحولا كيفيا عميقا وغير مسبوق في تاريخنا الاجتماعي.

لقد اخترنا هذا الموضوع تحديدا لكي نحاول المساهمة في بناء فهم حقيقي بمـا يجـري علـى مستوى التحولات الانسانية العميقة التي يشهدها عالمنا هذه الايام، ولقد حاولنا جاهدين لكـي لا ندخل من المدخل الخاطئ، ونأمل ان نكون قد وفقنا في طرق الباب الـصحيح، بـاب وسـائل الاتصال الحديثة ودورها في صوغ الوعي وتوجيه السلوك الانساني والاجتماعي، كما نأمـل ان نكون قد وفقنا في تسليط الضوء على المفاصل الصحيحة والحقيقية لهـذا الموضـوع الحيـوي والهام .

الفصل التمهيدي

تمهيد:

تناول هذا الفصل التمهيدي مجموعة من العناوين التي شكلت مدخل هذه الدراسة العام ، حيث حاولت ان اناقش فيه أهمية الدراسة في اطارها العام واشكاليتها الرئيسية التي تمثلت في علاقة وسائل الاعلام بصياغة الوعي العام لدى الشباب، وطرحت في هذا الفصل الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية التي تناولتها الدراسة والاهداف العامة لها اضافة الى الجوانب المتعلقة بالتصميم العام الذي اعتمدته الدراسة، وحدود البحث الميداني في جامعة اليرموك وطبيعة مكان الدراسة ومجتمعها، كما استعرضت في هذا الفصل الكثير من الدراسات السابقة التي تناولت عناوين وموضوعات مختلفة في مجال الدراسات السوسيواعلامية .

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية هذه الدراسة في راهنية موضوعها وجدته من جانب، والرؤية النظرية النقدية التي نستند اليها في تحليلنا وتفكيكنا للعلاقات الداخلة في تكوين هذا الموضوع من جانب آخر. وهنا لا بد من الاشارة الى أن الدراسات التي تناولت الموضوع الواسع للاعلام والمجتمع ركزت على الكثير من جوانب العلاقة المتشعبة والمركبة بين طرفيه، ولكن ما يمكن ملاحظته ايضا ان معظم هذه الدراسات إما تعامت عن الإشكالات المفاهيمية (الابستمولوجية) التي حددت قضاياه وإشكالاته وطبيعة فهمنا له من جهة، وإما اعتمدت بشكل كلي على المنهجيات الكمية والإحصائية التي خرجت بنتائج وعلاقات وعناصر هي في أحسن أحوالها جدلية، وغير دقيقة أو موضوعية أو حاسمة في الحقائق التي توصلت اليها. وبتعبير آخر هي وقعت في فخ السوسيولوجيا العفوية التي شيأت الكثير من الظواهر وافترضت لها تكوينات وعناصر وعلاقات ثم حولت الكثير من هذه العناصر والعلاقات الى ارقام وكميات ترتفع وتنخفض تبعا لشكل التفاعل الاجتماعي المفترض بشكل مسبق.

وبصفة عامة فقد احتلت الرؤية الوظيفية بأبعادها النظرية والتطبيقية مساحات كبيرة من خارطة البحوث والدراسات التي تناولت مواضيع مشابهة لموضوع دراستنا أو متداخلة معه، إضافة الى ما تخلل هذه الرؤية من تصورات معرفية مفاهيمية هي اقرب للايدلوجيا منها الى النظرة العلمية المجردة والموضوعية، تمثلت ابرز معالمها بالتمركز حول ملامح النظرة التطورية وحول النماذج التصنيفية التي تحدد بشكل مسبق القوالب والانماط التي تحكم العناصر الداخلة في الموضوع وطبيعة التفاعل القائم بينها بشكل عام. فخرجت هذه البحوث بنماذج وخرائط رسمت شكلا مرتبكا وغير واضح المعالم ويعتريه التسطيح والرؤية ذات البعد الواحد. وبهذا فقد تشابهت نتائج معظم هذه البحوث وتكررت مما افقدها الكثير من اهميتها .

مشكلة الدراسة : وسائل الإعلام وعلاقتها بصياغة الوعي العـام لـدى الـشباب بقضاياهم و اهتماماتهم.

في ظل عصر متخم بالميديا ووسائل الاعلام، وفي ظل تحركات اجتماعية جارفة على صـعيد المجتمعات العربية اخذت شكلا سياسيا يقوده الشباب بوجه خاص، وفي ظل الطفرة التي يشهدها عصرنا في وسائل الاعلام ووسائل التواصل الاجتماعي الرقمي. يبرز السؤال الأهم والإشكالية الأجدر بالإجابة؛ ما هي العلاقة بين ما يبديه الشباب من توجهات ومواقـف وأهتمامـات علـى الصعيد الاجتماعي العام وبين وسائل الإعلام والاتصال بأشكالها المتنوعة ؟؟.. ونحن إذ نطرح هذا الإشكال فإنما نطمح لتفكيك جانب من هذه العلاقة المعقدة والمتشعبة الأطراف أو إلقاء مزيد من الضوء على بعض مركباتها.

لقد برزت هذه الإشكالية من ملاحظة عامة واجهتني شخصيا ودفعتني للتفكير مـرارا وتكـرارا بما يبديه الشباب من توجهات ومواقف واهتمامات بدت لي محيرة وعصية على الإجابة. سـواء في ذلك ما يبدونه من اهتمام وتحول سريع باتجاه انماط الاستهلاك المختلفة وبما يشيع من فنون ترفيهية ورياضة وموسيقى استهلاكية الطابع، مقارنة بتلك التوجهـات والاهتمامـات بالقـضايا الاجتماعية الجادة كالقضايا الوجودية والفكرية والعقائدية والـسياسية أو قـضايا الفـن والادب والثقافة الجادة عموما، ما هي طبيعة وعي الشباب العام بقضايا مجتمعهم والعصر الذي يعيشونه وكيف يرتبون اولويات اهتماماتهم ومواقفهم على الصعد كافة. مـا هـي العوامـل والعناصـر والمتغيرات الأبرز التي تصوغ اشكال الوعي العام بتلك القضايا لدى الشباب. مـا هـو مـداها وحجمها وانماط تفاعلها، وما هي ابعادها وارتباطاتها الداخلية والخارجية.

الفرضية الرئيسية للدراسة :

تعمل وسائل الاعلام على صياغة جانب كبير من وعي الشباب واهتماماتهم والتحكم باتجاهاتهم الاجتماعية والثقافية المختلفة .. لصالح اتجاهات تغلب عليها ملامح النظام الرأسمالي العـالمي الحديث وثقافته الاستهلاكية .

تقوم الفرضية الأساسية في هذه الدراسة على فكرة رئيسية تفيد بأن وسائل الإعـلام والاتـصال بأشكالها وتقنياتها المتعددة تلعب دورا بالغ الخطورة في تشكيل الثقافة العامة لدى جميع الشرائح في مجتمعاتنا عموما، وأنها قادت وتقود عملية تغيير راديكالي معمق في مستويات وعي الأفراد عموما وفي مقدمتهم الجيل الشاب. وهي شريحة حساسة ومهمة يتم استهدافها بأنماط واشـكال

متنوعة من المضامين الإعلامية والاتصالية تهدف في النهاية الى تزويدهم بـوعي افتراضـي صناعي زائف، تصوغه القوى (الاقتصادية – السياسية والمعرفية) المهيمنة، ويكفـل الـتحكم باتجاهاتهم ومواقفهم وقناعاتهم على كافة المستويات. ويضمن إخضاع وعيهم وتسطيحه وإعداده لتعزيز ثقافة طابعها العام هو الاستهلاك، بما يزيد من تكريس النظام الرأسمالي العالمي القـائم واستمراره وتمكينه من إعادة إنتاج نفسه من جديد. كما يضمن ايضا عدم وجـود فرصـة لأي أفكار راديكالية نقدية تسعى للتناقض معه او تغييره أو الثورة عليه. وذلك برغم وجود بعـض بؤر الدفاع والمقاومة النقدية التي لا تزال قائمة وتحاول الدفاع عن منظومـات وعـي وثقافـة تتصف بالتمايز والاختلاف والتنوع والفرادة.

وأما فرضياتنا الجزئية التي تتفرع عن فرضيتنا الاساسية فقد توزعت علـى مفاصـل مختلفـة ومتنوعة حاولت محاور هذا البحث دراستها من خلال اسئلتها التي توزعت ضمن هذه المحاور، ويمكن تلخيصها بالنقاط التالية.

1- أن التعرض لوسائل الاعلام هو من الانشطة الاساسية بالنسبة للطلاب وأنهم يقـضون اوقاتا طويلة بشكل يومي ومنتظم في متابعتها وأن هذا النشاط يحتل مكانا متقدما بـين الانشطة التي تشغل اوقاتهم ويشكل جانبا من روتيـنهم اليـومي مقارنـة بالانـشطة الاخرى.

2- ان الفضائيات والانترنت هما الوسيلتان الاعلاميتان اللتان تحتلان مساحة واسعة بـين وسائل الاعلام عموما في نسبة الاقبال والمتابعة.

3- إن نسبة كبيرة من الأفراد يعتمدون على وسائل الاتصال والإعلام في تلبية جزء مـن حاجاتهم المعرفية المتعلقة بالدراسة والعمل.

4- ان نسبة كبيرة من الأفراد يعتمدون على وسائل الاعلام المختلفة فـي تلبيـة حاجـاتهم النفسية في التسلية والترفيه وقضاء الوقت وهي من خلال ذلك انما تساهم فـي شـكيل شخصياتهم وميولهم أو مواقفهم وفهمهم للكثير من القضايا التي تمس حياتهم ومستقبلهم ومجتمعهم الذي يعيشون فيه.

5- أن علاقة الافراد بوسائل الاعلام تخطت كونها علاقة هامشية او ظرفيـة وإنمـا هـي تحولت الى حاجة عميقة قد تتجاوز الاشكال العادية الى اشكال اكثر تطرفا وهي تـأتي في الغالب على حساب علاقات الافراد الاجتماعية المتنوعة.

6- ان الكثير من الافراد يولون ثقة كبيرة باشكال وانماط المعرفة المختلفة التـي تقـدمها المضامين الاعلامية، في مقابل ضعف القاعدة المعرفية التي يملكها الأفراد من ناحيـة،

وعدم امتلاكهم للمعايير الصلبة التي تمكنهم من فرز هذه المضامين ونقدها وتمييز الغث فيها من السمين من ناحية ثانية.

7- وسائل الاعلام تحدد الكثير من توجهات الناس وتخصص جزءا مهما من جهدها لبث انماط مختلفة من المضامين المتعلقة بالتسلية والترفيه وقضاء الوقت، ضمن هيكل اكثر شمولية وماكنات تعمل على صرف انتباه الناس عن القضايا الجادة والحيوية بالنسبة لهم مثل القضايا السياسية والفكرية.

8- وسائل الاعلام تلعب دورا هاما ومفصليا في ترتيب اجندات الأفراد واولويات اهتماماتهم في اطار عام من تزييف الوعي وصرف الانتباه عن الاولويات الحقيقية للناس في مواجهة مشكلاتهم الأكثر مساسا بواقعهم.

9- هناك خصوصية تتمتع بها الفضائيات بما لها من امكانيات فنية عالية تستطيع جذب العدد الاكبر دائما ممن يهتمون بالاحداث السياسية عموما، وهي تساهم بشكل خطير في تشكيل انماط التوجهات السياسية للافراد معتمدة على الصورة وتكررها والصوت والمؤثرات والخبر والتعليق والشرح والتوضيح في سياق عام ومتصل.

10- وسائل الاعلام تلعب دورا هاما في تشتيت الوعي وتزييفه لدى الافراد وهي ما ينجم عنها حالة من الاغتراب التي يعيشها الفرد ويمكن تلمسها من خلال فقدانه لأي صلة مع واقعه وقضاياه خاصة على المستوى السياسي والفكري والاجتماعي.

11- تساهم وسائل الاعلام في صياغة انماط عميقة من الوعي الجمالي والاخلاقي لدى الافراد في سعيها لصياغة ثقافة متكاملة طابعها العام هو الاستهلاك .

12- تشكل وسائل الإتصال والاعلام خصوصا مصدرا اساسيا من مصادر المعرفة لدى الافراد على حساب المصادر الأخرى المتمثلة في الكتب والقراءة والبحث العام .

13- تلعب وسائل الاعلام دورا محوريا في صياغة الثقافة العامة لدى الافراد على حساب مؤسسات الثقافة المحلية والتقليدية المتمثلة في الاسرة والعشيرة والقرية او الحي الذي يعيشون فيه.

14- تحتل علاقة الأفراد بوسائل الإعلام مساحة واسعة تأتي على حساب مختلف انواع العلاقات الأولية والثانوية التي تربط الأفراد بمجتمعاتهم الطبيعية ومحيطهم الاجتماعي، وهي بذلك تساهم في تغريبهم عن مجتمعاتهم وتستقطبهم ضمن سياقات ثقافية اغترابية الطابع بعيدة عن واقعهم ومشكلاتهم الحقيقية.

15- يتبع ارتباط الافراد بوسائل الاعلام بمقدار ما تملك من قوة وإثارة وإمكانات فنية ولو على حساب مصداقيتها وموضوعيتها.

16- ضعف الوعي بطبيعة عمل وسائل الاتصال والإعلام عموما هو السمة البارزة لدى الأفراد ، فالجماهير عموما لا تعي او تدرك عمل وسائل الاعلام وعلاقاته بالرأسمال والمصالح الاقتصادية والسياسية ، وهو ما ينعكس على شكل انفتاحهم وتلقائيتهم في التعامل مع الكثير من هذه الوسائل خاصة مواقع التواصل الاجتماعي.

17- تعمل وسائل الاتصال والاعلام تحديدا على تنميط وعي الأفراد عن طريق التركيز على غرس انماط معينة من الوعي الموحد لديهم على كافة المستويات. وهو ما يلعب دورا في توجيه الرأي العام ضمن اتجاهات معينة دون غيرها.

18- تلعب وسائل الاعلام دورا بارزا في تكريس انماط سلوكية معينة على المستوى الفردي والجماعي. بما يتكامل مع اهدافها العامة في صياغة انماط الوعي والثقافة التي تعمل على ترسيخها .

أهداف الدراسة :

تتمثل أهم أهداف الدراسة بالنقاط التالية :

1- رصد وتعيين اشكال وأنماط وعي الشباب بواقعهم وقضايا مجتمعهم وكيفية تكون هذا الوعي والعناصر الداخلة فيه، وذلك على المستويات الجادة كالسياسة والعقائد الفكرية والثقافية من جهة، وعلى مستوى الثقافة الاستهلاكية التي تشمل ثقافة الترفيه والموسيقى والغناء الاستهلاكي والرياضة والالعاب والتسلية من الجهة المقابلة.

2- رصد وتعيين العلاقة بين اشكال وانماط وعي الشباب بواقعهم وقضايا مجتمعهم، وعلاقة ذلك بالمضامين الإعلامية والاتصالية التي يتعرضون لها أو ينخرطون فيها.

3- رصد وتحديد الاتجاهات والمواقف التي يتبناها الشباب على المستويات المذكورة آنفا وكيفية ترتيبها ضمن اولوياتهم واهتماماتهم وكيف تنعكس على سلوكهم.

4- رصد وتعيين بؤر الرفض والممانعة الثقافية الموجودة لدى الشباب. وتحديد اهم معالمها وصلتها بالثقافة الموروثة ومدى قدرتها على تقديم نماذج مقاومة تتناقض مع الثقافة الحديثة التي تسيطر على الاعلام وتصوغ خطاباته .

5- رصد وتعيين اتجاهات الشباب ومواقفهم ورؤيتهم لمستقبل مجتمعاتهم وقضاياها المصيرية في ظل التحولات الاجتماعية والسياسية العاصفة التي تشهدها منطقتنا العربية في الوقت الراهن.

التخطيط أو التصميم العام للبحث :

القسم النظري : ويشمل قراءات نظرية و نقدية موسعة حول وسائل الاعلام والاتصال، وصناعة الثقافة والتحكم بالرأي العام والاتجاهات والمواقف والوعي الجماهيري في ظل ثقافة الحداثة وما بعد الحداثة. وتطور ادوار وانماط وسائل الاعلام المختلفة وارتباطاتها بالقوى الفاعلة منذ بروزها كأدوات فاعلة ومؤثرة في حياة المجتمعات عموما.

القسم التحليلي : ويشمل عرض موسع لأهم اتجاهات ومواقف مجتمع البحث على ضوء المحاور والمفاصل المطروحة في موضوع البحث. على شكل فصول وأبواب وعناوين تمثل المحاور المذكورة وكيفية عملها وانعكاسها على واقعنا الاجتماعي.

لقد إرتأينا أن ندرس موضوع (الاعلام ـ الاتصال) والشباب على سبع محاور مع ربطنا لكل محور على حدة بشكل ومضمون ما يتعرض له الشباب من مادة اعلامية اتصالية سواء من ناحية الشكل او النوع.

- المحور الأول ويتناول طبيعة تعرض الشباب لقنوات الاعلام المختلفة بصرف النظر عن الوسيلة التي يستخدمونها، بحيث يشمل مستويات واحجام هذا التعرض وطبيعة المادة الاعلامية والاتصالية التي يتلقونها.
- المحور الثاني، يتناول طبيعة المضامين الاعلامية والاتصالية التي يتعرض لها الشباب أو ينخرطون فيها سواء على المستوى الجاد، السياسي والفكري والعقائدي والثقافي من أدب وفنون أو على المستويات غير الجادة كالتسلية والترفيه والاستهلاك.
- المحورالثالث، ويتناول ابرز التوجهات التي يتبناها الشباب بوحي من انماط الوعي لديهم على المستويات الجادة.
- المحور الرابع، ويتناول ابرز توجهاتهم على مستويات التسلية والترفيه وعلى المستوى الاستهلاكي الثقافي، كالرياضة والموسيقى والغناء والتسلية والالعاب، وربطها مع ما يتعرض له الشباب من مادة اعلامية واتصالية تركز على هذه الميادين.

- المحور الخامس، ويتناول طبيعة المكونات الثقافية الأخرى التي ساهمت في بناء المنظومات المعرفية للشباب من خارج وسائل الاعلام والاتصال، سواء ما تعلق منها بالاسرة والمدرسة والمحيط الاجتماعي والسياسي.
- المحور السادس، ويتناول متغير مستوى الثقة التي يوليها الافراد لوسائل الاعـلام، ومـدى وعيهم بكيفية عملها وارتباطاتها بالاتجاهات الايدلوجية والسياسية والثقافية وطبيعة الـدور الذي تلعبه في عالمهم.
- المحور السابع، ويتناول مواقف الشباب من بعض القضايا الراهنة على المستويات السياسة والفكرية والحياتية العامة، في محاولة لرصد مستويات مشاركتهم وانخراطهم واتجاهـاتهم فيما يتعلق بقضايا مجتمعهم الراهنة ومدى وعيهم بهذه القضايا ونظرتهم لها.

حدود الدراسة : البحث الميداني في جامعة اليرموك

لقد حددت اهداف وأسئلة الدراسة الهيكل العام لها واجراءات الدراسة الميدانية والمنهجية المتبعة فيها، والتي أجراها الباحث في الفترة الواقعة ما بين بداية ومنتصف العام 2012، وقد انطلقـت الدراسة الميدانية من أفكار عامة تفترض وجود علاقة محورية بين اشكال وعي الـشباب لـدينا بقضاياهم وواقعهم وبين ما تقدمه وسائل الاعلام من مضامين متنوعة تشمل كافـة الاتجاهـات التي قسمناها الى محورين رئيسيين، الاول سميناه بالاتجاهـات الجـادة والثـاني بالاتجاهـات الترفيهية. ورغم اننا نعلم ان وسائل الاعلام لا تعمل معزولة عن بقية المتغيرات الأخرى التـي ركزت الكثير من البحوث على قياسها كالنوع الاجتماعي للافراد ومـستوى الـدخل والعمـر والمستوى التعليمي والبيئة الاجتماعية وغيرها، إلا اننا آثرنا التركيز على متغيرين أساسيين هما الشباب واتجاهاتهم واهتماماتهم من جهة ونوع وطبيعة المضامين الاعلاميـة التـي تـستقطب اهتمامهم وطبيعة تفاعلهم معها من الجهة المقابلة، وذلك لايماننا بأن الكثير من العلاقات الكمية يمكن ان تكون خادعة ولا تعطي صورة صادقة عن طبيعة الظاهرة المبحوثة. وقد انعكس ذلـك بوضوح في محاور الدراسة من خلال طرح الكثير من الاسئلة الكيفية التي تركـز علـى هـذه المفاصل تحديدا. وأما المتغيرات الأخرى التي درجت الدراسات على قياسـها بـصورة كميـة والقفز الى الاستنتاجات والتعميمات فقد ناقشنا بعضها في متن هذه الدراسـة وتحـت عنـاوين مختلفة، من خلال قراءة نقدية حاولت تلمس التجاوزات والهفوات المنهجية والمفاهيميـة التـي

وقعت بها مبرزين للكثير من الارقام والمؤشرات المفيدة التي تلقي مزيدا من الضوء على هذه المتغيرات وطبيعة تأثيرها واهميته.

ومن هنا فقد شرعنا بدراستنا الميدانية لمحاولة تلمس الطبيعة النوعية للتأثير الذي تحدثه وسـائل الاعلام في توجهات الشباب واهتماماتهم ومواقفهم وانماط وعيهم العامة، ولقد حاولنا خلق نـوع من التوازن والمواءمة في اختيارنا لمحاور الاستبيان واسئلته والتي حاولنـا قـدر الامكـان ان نجعلها شاملة وتغطي كافة الجوانب التي افترضنا ان لها علاقة نوعية بموضوع دراستنا وهـو صياغة وعي شريحة الشباب وعلاقته بالمضامين الاعلامية.

ونظرا لأننا نعمل ضمن امكانيات محدودة فقد قصرنا حدود الدراسة على عينة ممثلة من شريحة الشباب، تستوفي الكثير من الشروط التي تفرضها طبيعة الدراسة، ووقع اختبارنا علـى شـباب الجامعة لأنهم يتمتعون بجملة من الصفات التي تجعل منهم عينة مناسبة لهذه الدراسـة ويـسهل التعامل معهم كونهم من الذين حصلوا قدرا من العلم والثقافة وتبلورت لديهم الكثير من الـرؤى والاتجاهات، عدا عن كونهم من الشرائح التي يمكن لها استيعاب ما يطرح عليهم مـن اسـئلة والتفاعل معها وتحديد مواقفهم من بعض القضايا بوضوح. إضافة الى اسـباب اخـرى سـلفت الاشارة اليها في باب مجتمع الدراسة.

ولم نكتف بالاستبيان فقد استوفينا آراء وخصائص عينة أخرى من مجتمـع الدراسـة بواسـطة المقابلات المطولة والتي شملت أكثر من 25 حالة من الطلاب من كلا الجنسين نظرا للكثير من الجوانب المعقدة والحساسة لمشكلة البحث والتي خشينا ان لا يستوفي الاستبيان جميع مفاصلها. وهو ما دفعنا لرصدها من خلال الجلوس مع الطلاب ومناقشتهم مطولا بها لكي نتعرف بـشكل اوثق على طبيعة بعض العلاقات النوعية الداخلة في تكوين مشكلة البحث، يضاف الى المقابلات الفردية استخدامنا لاسلوب المناقشة الجماعية (group Discussion) حيث تمت المزاوجة بين مقابلة الطلاب بشكل فردي كما ذكرنا وبشكل جماعي راعينا فيه طرح بعـض الاسـئلة علـى مجموعة منهم تتكون من خمسة او ستة طلاب لكي يتسنى لنا اثارة بعض القضايا التي يختلـف فيها الطلاب ويتناقشون حولها بما يعكس لنا صورة اوضح عن طبيعة النقـاط التـي يختلفـون حولها ومواقفهم وكيف يبنونها من المسائل التي طرحناها عليهم. وقد ثبـت لنـا نجاعـة هـذا الأسلوب خصوصا من ناحية التعرف الدقيق على طبيعة فهـم الـشباب وتكـوينهم لمـواقفهم واستعداداتهم الاساسية على مستوى تكوينهم الثقافي واولوياتهم تجاه قـضاياهم علـى اخـتلاف اشكالها وطبيعة الضروف المؤثرة في تشكيلهم لهذه المواقف.

وقد استغرقنا اعداد الاستبينان وتجربته اكثر من ستة شهور، جرى في نهايتها توزيع الاستبيان النهائي واستلامه معبئا، وقد تم استبعاد بعض النماذج التي ارتأينا انها لا تستوفي الشروط الاساسية، مثل الاستبيانات الناقصة او التي شعرنا ان المستجوبين لم يأخذوها بالاهتمام الكافي حيث تمت تعبئة الاستبيان بوجود مراقبين ومنظمين قدموا ملاحظاتهم حول الطريقة التي تمت بها تعبئة الاستبيان. وبالنسبة للمقابلات والنقاشات الجماعية فقد استغرقت اكثر من شهرين، تم معضمها في اوقات فراغ الطلاب من المحاضرات، حيث كان يحدد لهم مواعيد بشكل مسبق ويحضرون لاجراء المقابلات التي كانت تستمر لفترة الثلاث ساعات لكل مقابلة في اكثر الاحيان. وقد قمنا باستبعاد المقابلات التي لمسنا انها لم تستوف الشروط لسبب او لآخر، مثل عدم اظهار المستجوبين للاهتمام الكافي او كانت اجاباتهم مقتضبة وتعليقاتهم غير ذات علاقة، او اولئك الذين شعرنا انهم لا يتمتعون بالصراحة والتلقائية والموضوعية الكافية لكونهم أبدو شكوكهم في طبيعة الدراسة او لاعتقادهم ان الدراسة صممت لتقيس مستوى معرفتهم وأهليتهم، وقد بدا ذلك واضحا من خلال تردد البعض في الاجابة وتقديم اجابات متناقضة او الاجابة بتحفظ على الكثير من الاسئلة او التعليق عليها بصورة توحي باصطناعهم لبعض الاستجابات والتعليقات مع اننا حرصنا منذ البداية على توضيح مرامي البحث واهدافه والتأكيد على انتفاء اي صلة له بأغراض غير الاكاديمية البحتة. وإجمالا ففي النهاية لم تواجهنا الكثير من المشاكل المستعصية في هذا الخصوص حيث تفاعل الكثير من المبحوثين سواء مع الاستبيان او المقابلات وابدو ارتياحهم للموضوع وتفهمهم لحيثياته وابعاده.

وقد حددت فرضيات الدراسة واهدافها الهيكل العام لاستبيان البحث الذي تكون من سبعة محاور اساسية واكثر من ستين سؤالا فرعيا، وقد راعينا طرح المحاور ضمن تسلسل منطقي كما سعت اسئلة المحاور الى التعرف على الجوانب الاساسية وطبيعة العلاقات الداخلية لموضوع الدراسة. وقد حرصنا على التوسع في اسئلة الاستمارة وان لا يخرج تصميمها عن كونه اداة لاستطلاع الآراء بما يحقق أغراضنا في تلمس الآراء والمواقف وربطها باسبابها وظروفها وعلاقاتها الداخلية. كما حرصنا على التوسع في المقابلات وفتح باب النقاش العام بحرية وتلقائية خاصة في المقابلات الجماعية في محاولة منا لتلمس حيثيات و عمليات تكوين المواقف والآراء والقناعات لدى المبحوثين. وقد استغرقت بعض المقابلات الفردية اوالجماعية ما يزيد على الثلاث ساعات لكل مقابلة - كما سبق واشرنا - تمت في ظروف ودية لاتاحة القدر الممكن من الحرية والفرص الكافية لطرح الآراء بشكل يستوفي جميع عناصرها.

وقد استغرق اعداد الاستمارة فترة كافية، حيث قمنا في البداية بتوزيع عدد من المسودات التـي اشتملت اهم اهداف الدراسة ومحاورها وفرضياتها اضافة الى الاسئلة الاولية للاستبيان علـى عدد من الخبراء الذين قدموا ملاحضاتهم وتعليقاتهم بصورتها الأولية، ثم تم تعديل الاستبيان من ناحية الشكل العام والاسئلة والمحاور آخذين بالكثير من هذه الملاحظات المتخصـصة، والتـي تركز في اغلبها على طول الاستمارة أوتكرار بعض الموضوعات وكثرة الاسئلة المفتوحة فيها او ترتيب المحاور والاسئلة او تحيز بعض المفاهيم والمصطلحات وعدم دقتها. مما اسـتدعى اعادة صياغة الاستمارة الأولية لتظهر بصورتها النهائية فتضم سبعة محاور بستين سؤال عـدا عن اسئلة البيانات الأولية التي ارتأينا ان تكون مختصرة قدر الإمكان. كما اجرى الباحث بعض الاختبارات التجريبية، فتم توزيع الاستبيان على اكثر من خمسة عشر طالبا في البداية وقد راقبنا ما يقدمونه من ملاحظات حول فهمهم لبعض الاسئلة او آرائهم حول مدة تعبئة الاستمارة او اي اشكالات واجهتهم فيها. وبعدما تأكدنا من عدم وجود مشاكل جدية فيها سوى بعـض القـضايا الشكلية التي تم تعديلها قرر الباحث نسخ الاستمارة لأكثر من ثلاثمائة وخمسون نسخة تم توزيع معظمها على الطلاب واستبعد بعضها كما اسلفنا لنعتمد في النهاية على ثلاثماية استمارة صالحة تم اخضاعها للتحليل الاحصائي .

وأما المناقشات الجماعية فقد انطلقنا من الجدل الشائع فـي العلـوم الاجتماعيـة حـول دقـة وموضوعية القياس واشكالياته العامة خاصة تلك التي تواجه البحوث التي تجرى باسـتخدام اداة واحدة مثل الاستبيان، ولذلك فقد قررنا تدعيم هذه الأداة بأداة ثانيـة هـي المقـابلات الفرديـة والمقابلات الجماعية في محاولة منا لتلافي بعض السلبيات المنهجية في بحثنا، فضلا عن حاجتنا لمعرفة طبيعة بعض العلاقات والعناصر والابعاد الداخلة في تكوين الظاهرة قيد البحث بعيدا عن التقيد بالاستبيان وطريقته الاكثر ميلا للقياس الكمي، وضمن طريقة المقابلة التي تضمن مقـدارا اكبر من الحرية للمبحوث وتلقائة اوسع في التعبير عن رأيه واستيفاءا اكبر لبقية العناصر التـي لا يمكن استيفاؤها من خلال الاستبيان، وحاولنا من خلال النقاش الفردي والجماعي ان نطبـق بعض عناصر المنهجية الانثروبولوجية في مـا يعـرف بـ ـ (participant observation) الملاحظة بالمشاركة وكذلك ما يعرف ب(group discussion) التي يعرفها ريتشارد كروجر : " بأنها تصميم يهدف الى التعرف من الميدان على كيفية ادراك بعض الموضوعات في منـاخ يتسم بالهدوء والبعد عن التوتر، حيث يتم تنفيذها من خلال باحث متخصص يقـوم بالمقـابلات ويتمتع بالقدرة على ادارة النقاش بين سبعة الى عشرة اشخاص ... على ان يتم ذلك في منـاخ مريح وممتع بالنسبة للمشاركين يضمن مشاركتهم بعضهم البعض في تبادل الافكار والمفـاهيم.

(خليل ، 1993) وترى بعض الآراء ان العدد الأقل يتيح فرصة اكبر في التوصل الى نتائج اكثر دقة وعمقا ، حيث يميل الكثير من الباحثين الى خمسة اشخاص (Tubbs , 1988, 8).

وقد استخدم هذا الاسلوب بشكل تقليدي في البحوث الاعلامية خاصة بحوث استقصاء الرأي العام حيث استخدم من قبل لازرفيلد وهوفلاند وميرتون في اربعينات القرن الماضي. (خليل، 1993) وقد قمنا بتطبيق بعض القواعد الخاصة بهذا التكنيك مثل عدد افراد كل مجموعة وتوفير الضروف المناسبة التي تبتعد عن الطابع الرسمي وتوحي بالراحة والحرية .

وهذا ينطبق بالطبع على المقابلات الفردية التي قام الباحث بإجرائها حيث تمت جميعها من خلال تطوع الطلاب لأجراء هذه المقابلات بعد ان قام الباحث بشرح ابعاد واغراض البحث ومن خلال معرفته للكثير من الطلاب الذين يثق بهم والذين رشحو زملائهم الذين استجابوا وتطوعوا لاجراء هذه المقابلات.

ولقد ركزنا في ملاحظتنا واستقرائنا للواقع الشبابي وفي مقابلاتنا الميدانية التي شملت أكثر من ثلاثمائة وثلاثين بين استبيان ومقابلة فردية ومقابلة جماعية من الطلاب الجامعيين ذكورا وإناثا من مختلف السنوات والتخصصات على مجموعة من القضايا المهمة التي تتعلق بموضوع البحث، وقد راعينا النقاط التالية.

- لقد عمدنا الى إعداد الاسئلة المناسبة التي تغطي كل محور من محاور بحثنا مع اخذنا بالاعتبار الوقوف عند المفاصل المهمة التي تقيس مدى انخراط الشباب وانغماسهم بالكثير من القضايا والاهتمامات.
- كما اعتمدنا اسلوبا يزاوج بين الحوار المفتوح المتشعب مع التحكم بالحوار وتوجيهه الوجهة الصحيحة التي تخدم استقصاء النقاط المهمة المتعلقة بموضوعنا وصولا الى استكمال المقابلة للمحاور المطلوبة بشكل كامل.
- كما شملت المقابلات نسبا واعدادا متوازنة من كلا الجنسين ومختلف المستويات الدراسية لتحقيق اكبر قدر من التمثيل الموضوعي لعينة الطلاب، رغم ان نسبة الاناث كانت الأكبر في عينة الاستبيان بحكم غلبة عدد الاناث على الذكور في الجامعة بشكل واضح، وكل ذلك في اطار البحث العام عن نقاط ومفاصل للتنوع او الاختلاف في المواقف ومستويات الوعي والاهتمام بمختلف القضايا المطروحة قيد الدراسة.
- قمنا بطرح الاسئلة الرئيسية بشكل منتظم لكل محور على حدة وصولا الى استكماله، وقد شملنا جميع المحاور التي تم طرحها آنفا في مشكلة الدراسة وموضوعها.

- قمنا بتركيز الاهتمام على اهم الوسائل الاعلامية التي يستخدمها الشباب في تلقيهم المضامين الاعلامية أو مشاركتهم وانخراطهم في العملية الاتصالية عبر تبادل هذه المضامين او صياغتها او التعليق عليها. اضافة الى التركيز على مختلف انواع المضامين الاعلامية التي تستقطب اهتمام الشباب على الفضائيات ومحطات الاذاعة او الصحف والمجلات، أو اي وسيلة اتصالية اخرى يتبادل فيها الطلاب بعض المواد والمضامين الاعلامية سواء كان ذلك عبر الهاتف المحمول او الحواسيب اوالآي باد وغيرها من الوسائل الرقمية الحديثة.
- خلال البحث الميداني قمنا بتسجيل كافة مشاهداتنا على هامش المقابلات، فقمنا بتسجيل ملاحظتنا حول اشكال الثقافة الاستهلاكية الظاهرة على الشباب، سواء كانت من خلال بعض التعابير او اللغة التي يستخدمونها او بعض الأجهزة التي يحملونها او طريقة اللباس والاكسسوارات او المظهر العام الذي يوحي ببعض عناصر وانماط الشخصية الثقافية العامة التي يتقمصونها وترتبط بما يتعرضون له من اشكال ثقافية عبر الاعلام.

مكان ومجتمع الدراسة :

بالنسبة لمجتمع الدراسة فقد قمنا باختيار عينتنا من الشباب الجامعي في الاردن، وأما مكان الدراسة فقد كان في محافظة اربد - جامعة اليرموك. وأما هذا الاختيار فلم يأت فقط من اعتبارات ذاتية اهمها ان الباحث يعمل في مجال التدريس الجامعي ويتعامل مع فئات متنوعة من الشباب من مختلف الشرائح والمشارب الاجتماعية، وإنما لاعتبارات موضوعية أكثر أهمية تتعلق أهمها بكون الجامعات الكبرى تضم فئات متنوعة من الشباب تمثل شرائح اجتماعية واقتصادية واسعة في مجتمعنا عموما، إضافة الى كون الشباب الجامعي يمثلون طليعة اقرانهم العمريين فيما يتعلق ببروز الاهتمامات والمواقف من القضايا التي تدخل في تكوين موضوع البحث، سيما وأن الشباب الجامعي بوجه خاص يتصدرون عمليات التأثر والتأثير والتغير اكثر من غيرهم، فلم يعد خافيا أن هذه الشريحة من الشباب هي التي قادت وتقود أهم مظاهر التغيير السياسي والاجتماعي التي تشهدها منطقتنا في الوقت الراهن.

وقد تقفز هنا الكثير من الأسئلة والاستفهامات حول اختيارنا لمكان ومجتمع البحث. وهل أن هناك من العوامل والمتغيرات الخاصة بهذه العينة ما قد تؤثر على نتائج البحث ومستوى دقتها وموضوعيتها. سيما وأن هذا المجتمع يصنف كمجتمع له خصوصته، وهل نستطيع الخروج بنتائج قابلة للتعميم. وغير ذلك من الاسئلة المشروعة. وهنا لا بد من القول ان هذه الاسئلة كانت

ماثلة في حسباننا منذ البداية وقبل اختيارنا لمجتمع الدراسة أو مكانها. وهنا يمكن لنا ان نجيب بأن اسئلة دراستنا وفرضيتها الرئيسية تبحث عن البنى والعلاقات النوعية وليس عن الاحجام والارقام والعلاقات الكمية بحد ذاتها. وهذا لا يعني ان العلاقات الكمية عموما هي دائما غير ضرورية أو مهمة. ولكننا نعتقد بأنها في دراستنا هذه يمكن لها ان تلعب دورا محدودا في الاجابة على الأسئلة الرئيسية في هذا البحث. فهي قد تشير فقط الى سعة او انتشار هذا الاتجاه او ذاك أو هذا الموقف او ذاك من مواقف افراد مجتمع البحث. ولكنها لن تعطي بأي حال من الأحوال صورة واضحة عن طبيعة هذه المواقف والعلاقات وكيف يتم بناؤها لدى الشباب وما هي طبيعة الصلة التي تربطها بوسائل الاعلام. انها اسئلة عن الكيفية التي يتم بها بناء المواقف والقناعات والاتجاهات وارتباطاتها الداخلية والعناصر والقوى الداخلة فيها.

نحن لا نبحث هنا عن نسب تمثيلية لهذه الفئة او تلك من فئات المجتمع، ولا نبحث عن كميات وأرقام يمكن مقارنتها للخروج بحجم هذا القطاع او ذاك من الفئة المبحوثة. ونزعم ان هذه العوامل لا تمثل العوامل الحاسمة الداخلة في الظاهرة قيد البحث، وهي ان لعبت دورا فإننا نفترض بأن دورها لن لا يكون محوريا او اساسيا.

لقد حددت فرضياتنا منذ البداية مدار الأهتمام والتركيز بالنسبة لنا. وكانت هذه الفرضيات تدور دائما حول الكيفية والنوع. وليس حول الحجم والكم. وإذا كان الحجم يطلب في بعض المفاصل فإنما يطلب لمجرد الاشارة. وقد حسمنا تلك الاشكالية في فرضيتنا الاساسية لهذا البحث والقائلة (بأن وسائل الاعلام تعمل على صياغة جانب كبير من وعي الشباب واهتماماتهم والتحكم باتجاهاتهم الاجتماعية والثقافية المختلفة ..). وهنا حددنا سلفا وجهة البحث الاساسية، فهو يعمل على المستوى المعرفي (مستوى الوعي). وكيفية ارتباط ذلك بالتعرض للمضامين الاعلامية. وبصيغة أخرى فقد شغلنا السؤال عن العلاقة (بين وعي الشباب عموما وهذه المضامين الاتصالية والاعلامية). وإذا كان هناك علاقة فما هي طبيعتها وما هو تكوينها البنيوي ارتباطاتها الكيفية الداخلية والخارجية). وحين نحصل على اجابة اوتصور مكتمل لبنية الاشكالية المدروسة وديناميات تفاعلها وتحولها. نكون قد حققنا هدفنا الجوهري المتمثل في الاجابة على فرضيتنا تلك، هذا من جانب.

وأما من الجانب الآخر فإن اختيارنا لإحدى الجامعات الكبرى في المملكة لم يأت لاسباب اعتباطية، او تحكمت فيها الصدفة المحضة، وإنما جاء لعدة اسباب وعوامل تتعلق بما يحتاجه البحث من الاعتماد على شريحة عريضة وممثلة لقطاعات وطبقات ومشارب وخلفيات اجتماعية واقتصادية وسياسية وعقدية متنوعة كأقصى ما يكون التنوع. فجامعة اليرموك التي تضم الكثر

من 40 الف طالب يتوزعون على مختلف الاختصاصات، يقصدها الطلاب من مختلف مدن المملكة وقراها وباديتها ومخيماتها، وتضم طلابا ينتمون لشرائح فقيرة وغنية، وتمتزج بين جنباتها خصوصيات ثقافية لمنظومات قيمية متنوعة، قيم ذات خلفيات ثقافية تقليدية من منظومات فلاحية وبدوية الى جانب قيم المدنية وثقافة التجمعات السكانية الخاصة باللاجئين الفلسطينيين كالمخيمات والضواحي وكلها تشكل مزيجا وطيفا عاما للمجتمع الاردني ممثلا في شريحته الشبابيه.

كما يأتي اختيارنا لهذه العينة من طلاب جامعة اليرموك كاستجابة لأهم اسئلة البحث التي تحاول استقصاء موضوع الوعي وتأثره بالمضامين الاعلامية وانعكاسه على قناعات الشباب ومواقفهم، فطلاب الجامعة هم الفئة الاكثر انخراطا في العملية الاتصالية ذات البعد المعرفي (الابستملوجي). فهم الأكثر تفرغا بين اقرانهم من الشباب العاملين في قطاعات الدولة او في العمل الخاص وغيره للقيام بانواع متعددة من الانشطة الاتصالية سواء مع محيطهم المحلي او العالمي، وهم الاكثر استعدادا للتأثر بالكثير من الاهتمامات والاتجاهات، كالاتجاهات السياسية والفكرية والثقافية والادبية، الى جانب الاتجاهات الترفيهية والرياضية والاستهلاكية المختلفة. هذا الى جانب انهم يمثلون الفئة الأكثر تأهيلا للتعامل مع الوسائل الاتصالية والاعلامية الاكثر تعقيدا كعمل وتصميم مواقع على الانترنت والدخول الى المواقع وقراءة النصوص الاعلامية بأكثر من لغة وغير ذلك مما تتطلبه بعض الوسائل الرقيمية من مهارات خاصة. يضاف الى ذلك انهم يمثلون الشريحة الشبابية الأكثر انفتاحا على الثقافات الاخرى والأكثر قدرة على التفاعل معها بما يمتلكون من مؤهلات اتصالية على مستوى اللغة او الافكار او المعارف بالثقافات عموما على تنوعها. أخيرا يمكن القول ان هذه الاعتبارات والعوامل التي اجتمعت في عينة الدراسة، ربما تجعل منهم مختبرا سوسيولوجيا صالحا لاخضاع فرضيات الدراسة ووضعها على محك الاختبار للخروج باجابات شافية عليها.

الدراسات السابقة :

مقدمة:

تتناول معظم الدراسات السوسيواعلامية في الوطن العربي موضوعات الاتصال بشكل مجزأ يتحاشى النظر الى الظواهر التي خلفها دخول وسائل الاتصال الى مجتمعاتنا من منظور كلي وجذري. واعتقد جازما ان للبعد النظري الذي يتناول فيه معظم الباحثين موضوعاتهم المطروحة دورا حاسما في نوعية الاستنتاجات التي يخرجون بها على هذا الصعيد او ذاك من قضايا الاتصال والمجتمع. فالنظرية الوظيفية ما تزال هي المهيمنة على التحليلات السوسيولوجية وهي لا تنظر الى الاتصال إلا باعتباره جزءا من المؤسسات الاجتماعية التي تؤدي دورا ايجابيا في التغيير الاجتماعي التحديثي. ومن هنا فموقف الوظيفية الايدولوجي يترك منذ البداية بصماته على النتائج التي تخرج بها هذه البحوث. ويندرج في هذا الاطار معظم البحوث التي تعالج دور الاعلام في التوعية والتوجيه، ودور الاعلام في قضايا التنمية، ودوره في التحديث والتطوير الثقافي .. وهكذا. ويأتي المنظور التطوري ايضا ليكمل الصورة، ففي معظم البحوث تبرز تلك التقسيمات المستندة الى منظور التطور التصاعدي الخطي الذي يصنف المجتمعات الانسانية الى مستويات تحتلها على خط بياني يبدأ من الأقل تطورا وصولا الى الاكثر تطورا، وهنا نحن نحدد سلفا اتجاه التغير وشكله ودرجته في اي قضية تتناول اي ظاهرة او مشكلة اجتماعية. وفي حالة البحوث التي تدخل في الاطار الاجتماعي - الاعلامي، فإن هذا المنظور يترك ملامحه الخاصة على نتائج البحوث شأنه شأن المنظور الوظيفي، لنجد انفسنا مرة اخرى في مواجهة نتائج رسمت في معظمها بشكل مسبق متأثرة بنظرة الباحث التصنيفية لحالة المجتمعات الاجتماعية ومستوى ونوعية المؤسسات الاعلامية العاملة فيها. ومستوى انخراط المجتمع سلبا او ايجابا في العملية الاتصالية وضمن اي درجة، فهي إما مجتمعات حداثية وتستخدم افضل التكنولوجيات الاعلامية المتاحة وإما متخلفة في هذا الجانب او ذاك من الجوانب الاجتماعية او التكنولوجية،.. وهي تتأخر بمقدار كذا عن وصول حالة كذا .. وهكذا. وكلها افتراضات رسخها المنظور التطوري التصنيفي وقوالبه الحتمية والمحددة سلفا بما يعطي شكلها لكل التفاعلات والظواهر الاجتماعية مهما اتسمت بالفرادة والتنوع والندرة. وهنا فنحن أمام اشكالية المنهج التي تفرض اشكالية في المفاهيم والموضوعات. وضمن الأشكالية المنهجية ببعديها الوظيفي والتطوري تخرج الكثير من البحوث والدراسات بنتائج مثيرة للجدل تبرز فيها سمات التمركز حول النموذج الاجتماعي الغربي وتجربته التاريخية التي جرى تعميمها وفرضت تحولات كيفية وكمية مفترضة وحتمية، هذا من جهة، والموقف الوظيفي الذي يحاول تصوير حالة بنائية نموذجية

ترسم فيها معالم التفاعل الايجابي بين بنى وعناصر ضمن هيكلية متوازنة وافتراضية حددت معظم معالمها بشكل مسبق، من جهة ثانية.

وحتى تتضح الصورة فلا بد من قراءة نقدية لنماذج مما يقدم في مجال البحوث والدراسات التي تدخل ضمن الموضوع السوسيواعلامي في المجتمع العربي عموما والاردني على وجه الخصوص، مع تأكيدنا على ان هذه القاعدة لا تشمل كل البحوث المقدمة على هذا الصعيد الاكاديمي وإنما تغطي شريحة عريضة من هذه البحوث.

تتناول إحدى الدراسات النظرية تحت عنوان (سوسيولوجيا الاتصال والاعلام) موضوع الاتصال من خلال استعراض مسيرته التطورية سواء على المستوى الانساني او العربي، فتتوقف عند مفاهيم الاتصال والاعلام ونشأتها وتطور عمليات الاتصال وتكنولوجياتها عبر التاريخ، اضافة الى طبيعتها وخصائصها فضلا عن الاشارة الى اهم وظائف الاتصال وأساليبه ونماذجه ومعيقاته المختلفة .. (البدوي ، 2006 ،11)

ويحدد الباحث بعض السمات التي يجب ان تتوفر في الاعلام ، فهو يجب ان يتسم بالصدق والموضوعية والشفافية ومحاربة التحيزات والخرافات والتنوير والتثقيف والتبسيط والشرح للحقائق والوقائع وإحداث تأثير إيجابي فعلي في عقلية الجمهور وتفكيره وإدراكه. كما يتوقف نجاح الرسالة الاعلامية على شروط الوضوح والتشويق والمرونة وغيرها. ولكن الباحث الذي يلفت النظر الى بعض المشكلات ذات الطبيعة الأخلاقية التي تعتري مسيرة الاعلام الحر، يقدم لنا نموذجا هو في صميم بنيته لا يمكن ان يعمل بتلك الصورة المثالية التي يرسمها. فكيف يمكن ان يعمل الاعلام في ظل مجتمع رأسمالي حر بشفافية وصدق وموضوعية. وكيف للاعلام ان يبتعد عن الدعاية والتحيز طالما انه يقع تحت سيطرة السلطة المركزية للدولة أو القطاع الخاص ذي النفوذ السياسي الذي تفرضه مصالح النخبة الاقتصادية في المجتمع. ويمكن هنا أن نسوق عشرات الأمثلة لتحيز الاعلام في الدول الرأسمالية الغربية وتكريسه كأداة دعائية سواء على مستوى المجتمع المحلي او الدولي برغم كل تلك السمات المزعومة لاعلام حر وغير منحاز يمكن تخيله افتراضيا. وهي بالمناسبة سمات يتم الترويج لها من قبل نفس الاعلام ومؤسساته.

وعموما فالموضوعية والصدق والحياد تمثل حالة افتراضية للنظرية الوظيفية التي ترسم دائما ذلك النموذج الايجابي لمجتمع ليبرالي رأسمالي تتولى فيه الدولة مسؤولية ارساء التوازن والاستقرار بين افراد المجتمع على اساس اخلاقي يتمثل في العدالة في الفرص والمساواة امام القانون.

يقول الباحث ان من اهداف الاتصال في المجتمعات المعاصرة زيادة التماسك بين مكونات النظام الاجتماعي وضمان التفاعل بين شرائح المجتمع وأفراده. الى جانب الوظيفة الرقابية والارشادية للإدارة والمجتمع مما يساهم في تحقيق الاهداف الاجتماعية العامة. وهي مسألة إفتراضية يقـع معظمها في باب (ما يجب ان يكون) وهو من اختصاص الفلسفة وليس في باب (ما هـو كـائن واقعا) الذي هو من اختصاص العلم. والنظرية الوظيفية تقدم نفسها في الاساس على انها نظرية علمية تبحث في ما هو كائن. كما يلخص وظائف الاتصال الجماهيري في الوظائف الاخباريـة والتعليمية وهي وظائف بحسب الباحث حددها لاسويل ، المنظر الاعلامي الليبرالي الامريكـي الشهير. ويبدو أن الباحث لا يعرف ما كتبه لاسويل في الثلاثينيات من القرن الماضي. فالنـاس بنظر لاسويل ...."حمقى وجهلة لا يدركون مصالحهم الفضلى، فيما يفرض على الامريكيين ان لا يخضعوا لمعايير الديمقراطية العقائدية المتصلبة التي تفيد بأن البشر هم افضل مـن يـدرك مصالحهم وأنه يجب ان يترك لهم الخيار في ذلك ضمن الطرح الديمقراطي الحر. فالبشر ليـسو كذلك على الاطلاق .. بل النخب هي التي تنطبق عليها هذه القاعدة ". (تشومـسكي ،2005). وعليه فإن على (المثقفين ـ الانسانيين) بحسب لاسويل ان يهتمو لخير البـشر. وان يهمـشوا الجماهير ويسيطروا عليهم لأجل مصالحهم عن طريق الدعاية. لقد حسم لاسويل امره منذ ثمانين عام فيما لا يزال بعض الباحثين منخرطين في التنظير لوظائف الاعـلام والتـرويج للنظريـة الوظيفية استنادا لما كتبه منظروها من نصوص لم يقتنعوا هم انفسهم فيها.

وعموما فهذا نموذج من الدراسات النظرية التي تقدم على صعيد التأسيس المنهجـي لنظريـات معينة، وتظهر ضمن اطار علمي اكاديمي وهي انما تهدف في الاساس لتبني نموذج ايديولوجي فلسفي يهدف لبناء ذهنية عامة ترى بعض الظواهر الاجتماعية من منظور ايجـابي، وتقـصي النظرة النقدية الموضوعية.

وفي دراسة بعنوان (صورة المرأة العربية في الإعلام العربي) يـستعرض الباحـث صـورة المرأة في كل من المجلات النسائية والاذاعات والتلفزيون والاعلان في الاعلام العربـي عبـر العقود القليلة الماضية. وهو يتناول هذه المشكلة عبر محاور يـسميها اسـتغلال جـسد المـرأة وانحطاط صورتها في الاعلان وكذلك الآثار السلبية لهذا الانحطاط. وهو يحدد ان الاعلام يلعب دورا مفصليا في تشكيل وعي الافراد ضمن البناء الاجتماعي(البدوي،2006 ،113).

ينطلق الباحث من فرضية ان مسيرة الاعلام في النصف الثاني من القرن العشرين قد سـاهمت بتشكيل صورة مشوهة للمرأة العربية، فهي إما امرأة تقليدية تابعة للرجل عـاجزة عـن اتخـاذ القرار، او امرأة عصرية متحررة اخلاقيا، أو هي انثى لا هم لها سـوى الاهتمـام بمظهرهـا

وجمالها. وأن المرأة اضحت بمثابة المادة الدسمة التي تستخدم لشد انتباه الجمهور خاصـة فـي البرامج ذات الغرض الترفيهي والفني، .. فيما غيب الاعلام دور المرأة الحقيقي واقصاها عـن المشاركة في القضايا الجوهرية وهي قضايا التنمية في المجتمع. (البدوي ، 2006)

وهو يستنتج أن المرأة العربية قد ساهمت بشكل كبير في بناء هذه الصورة المشوهة عنهـا إمـا بسلبيتها واستسلامها لما يقدم عنها عبر الاعلام. وإما باستعذابها للصورة التي تكرسها وسـائل الاعلام المختلفة واعتبارها امرا واقعا لا يمكن تغييره. كما يستنتج ان الرجل ساهم ايـضا فـي تكريس هذه الصورة عن تبعية المرأة من جهة وأستغلالها كأنثى وكجسد لتحقيق مكاسب تجارية محددة من جهة ثانية (البدوي ، 2006 ،122).

يعتمد البحث على الكثير من الدراسات الاجتماعية وعلى جهـد استقـصائي شـمل اسـتطلاع المجلات النسوية منذ بداية القرن الماضي إضافة الـى متابعـة مختلـف البـرامج الاذاعيـة والتلفزيونية التي تتناول موضوعات تخص المرأة عموما، سواء كانت بـرامج او اعلانـات أو اخبار.

ويمكن القول ان الدراسة وقعت في محظور تناول موضوع كبير وواسع دون الإحاطة بجميـع جوانبه، ففي دراسة لا تتجاوز الثلاثين صفحة من القطع المتوسط لا يمكـن طـرح كـل هـذه المحاور ولا استقصاء صورة المرأة خلال قرن كامل من الزمان وعبر وسائل الاعلام المختلفة. وهذا واضح من تركيز الباحث على مصدر واحد للمجلات العربية النـسوية وهـي المجـلات اللبنانية على وجه التخصيص والتي يقسمها الباحث الى خمسة مراحل تبدأ أولاها بالعـام 1909 وتنتهي آخرها بما بعد الحرب الاهلية اللبنانية. ثم ينتقل الى بقية محاور الدراسة كصورة المرأة في الاذاعات والتلفزيون والسينما ولا نعرف تحديدا اي تلفزيون وأي إذاعة وأي سينما. هل هي الاذاعات الخليجية مثلا أم تلفزة المغرب العربي أم الفضائيات اللبنانية ام المصرية. علـى كـل حال كان من الافضل تعيين موضوع الدراسة بصورة اكثر تحديدا وأقل شمولية وسعة.

يخرج الباحث بالكثير من التعميمات التي لا تستند الى اي اساس متين في البحث، فهو يـستنتج مثلا ان المرأة ربما تكون قد استعذبت صورتها في الاعلام. أو ان الرجل استغل المرأة لغرض التجارة والربح. ولا يظهر في متن البحث اي جهد استطلاعي لآراء النساء وهل هن راضـيات عن صورتهن في الاعلام أو كيف يمكن ان يقرر الرجل مثلا كجسم منفصل عـن المجتمـع ان يستفيد من جسد المرأة في تجارته. ومن هم تحديدا الرجال الذين يملكون مثل هذا القرار. وهـل هناك تنظيم للرجال خارج الجسم الاجتماعي يستطيع ان يجعل من المرأة موضـوعا للاعـلان

فقط. وهل أن هناك ما يمكن ان نسميه الرجل عموما، لا يخضع للاستغلال الذي تخـضع لـه المرأة ويقرر ان يكون فاعلا وليس مفعولا.

لقد وقع البحث في مصيدة التعميمات المفاهيمية. فاطلق مفاهيم غير واضحة المعالم مثل. مفاهيم المرأة والرجل والتنمية، والاعلام. والكثير من هذه المفاهيم هي غير ذات مضمون محدد. فـلا نعرف اي امرأة وأي رجل وأي اعلام او تنمية يقصد. فهناك اعلام دعائي وهناك اعلام توعوي وهناك اعلام ترفيهي .. الخ. ولا يمكن ادماج كل هذه الاشكال في مفهوم واحد، او وسـيلة دون اخرى من وسائل الاعلام. كما ان هناك شرائح اجتماعية مسيطرة وشـرائح محكومـة وتـضم رجالا ونساءا من مختلف الفئات والاعمار. ولم يقدم الباحث اي النساء اكثر استهدافا عبر وسائل الاعلام. هل هي المرأة الريفية ام الحضرية .. المرأة من الطبقة العاملة ام الطبقة الغنية داخـل المجتمع.

لقد تناول الباحث موضوع دراسته من منظور وظيفي احيانا وتطوري احيانا اخرى، فهي يجب ان تلعب دورا (وظيفة) معينا داخل المجتمع على المستوى الاقتصادي والسياسي، مـن جهـة، كما يجب عليها ان تساهم في التنمية، التي لا يوضح الباحث ماهيتها ،فأي اتجاه تطوري تحديثي يسعى الباحث لتحقيقه بمساهمة المرأة على المستوى الاجتماعي.

من الواضح ان الباحث يسعى لتحديد معالم مشكلة اجتماعية لها علاقة بوسائل الاعلام. ولكنه لم يستعن بالاطر النظرية الأكثر راديكالية مثل مدرسة فرانكفورت وما بعد الحداثة. فجاءت النتائج التي خاص اليها غير مستندة الى رؤية نظرية اكثر صلابة وسعة. تستطيع تفـسير مثـل هـذه الظاهرة بعيدا عن الإطار الضيق الذي ترسمه الوظيفية وتحديـدا علـى المـستوى المفـاهيمي الابستملوجي (المعرفي).

وتبحث دراسة ميدانية - شملت عينة قوامها 500 فرد - الآثار الاجتماعية للانترنت في اوساط مستخدميه من الشباب الجامعي في لبنان. وقد تناولت الدراسـة محـاور الآثـار الاقتـصادية والسياسة والصحية والتعليمة والنفسية المتعلقة باستخدام الانترنت لدى هذه الفئة مـن المجتمـع اللبناني(البدوي ، 2006، 239).

وقد أظهرت الدراسة على المستوى الاقتصادي آثارا تتعلق بتغير طرق الأداء الاقتـصادي مـن باب خفض الاسعار، حيث يتيح الانترنت لمتصفحيه فرصا اضافية للبحث عن ارخص المنتجات ضمن نطاق واسع يشمل جميع انحاء العالم وليس الاسواق المحلية للسلع فحسب، فـضلا عـن تمكين اعداد متزايدة من الأفراد على اداء بعض الاعمال عن بعد. وأما على الصعيد الـسياسي فقد استنتج الباحث ان وجود الانترنت يقلل من حظوظ الانظمة الشمولية من زاوية كسر احتكار

المعلومات وتزايد الشفافية، وهو امر يزيد من فرص المشاركة الديمقراطية. وفيما يتعلق بهـذا المحور فإن الباحث يحيل الى بعض الدراسات التي أكدت هذه النتيجة في حين لا يشير الـى اي نسبة احصائية او نوعية تتعلق بجمهور الدراسة المبحوث(البدوي،2006 ،248).

وأما على صعيد الصحة فهو يشير الى دور المواقع الطبية المتخصصة في تقديم معلومات تفيـد تشخيص الكثير من الامراض وتقديم الوصفات العلاجية، من جهة، وتحديد بعض الامراض التي تصيب مستخدمي الشبكة نتيجة الجلوس لساعات طويلة امام شاشات الحواسيب. وأمـا بالنـسبة لأثر الانترنت على المستوى التعليمي لمستخدميه. فيستعرض بعض الامكانات الجديدة المتعلقـة بالتعلم عن بعد والتعلم الذاتي والمستمر. وما يطرحه الانترنت من امكانية للدخول الى فهـارس المكتبات حول العالم وتيسير عملية شراء الكتب والمشاركة في المؤتمرات العلمية. واما الآثار النفسية فهي تتلخص في زيادة ميل الافراد للعزلة وعدم القدرة على التحاور والنقـاش إلا مـن خلال ما يكتبونه على لوحة المفاتيح، وهو امر يحيل الى ما ينبه اليه الكثير من علماء النفس من الاحساس بالاغتراب والانكفاء عن المجتمع الحقيقي الذي يعيش فيه الافراد لصالح الاندماج في مجتمع افتراضي تخيلي من المحتمل ان يكون زائفا. هذا فضلا عن تحول التعلق بالانترنت الى حالات من الإدمان الذي بدى واضحا في العينة المدروسة. وبالنسبة لهذه الجزئية فإن الباحـث قال : "ان الكثيرين من مستخدمي الانترنت يشيرون الى انه يقود صاحبه بعد فترة طويلـة الـى نوع من الادمان، .. وأن هذا ما اظهرته استجابات افراد عينة البحث، حيث اشارت نـسبة 65 بالمائة (من العينـة) بـأن الجلـوس طـويلا امـام الانترنـت يـؤدي الـى الادمـان علـى استخدامه"(البدوي،2006 ،249). ولا نعرف كيف توصل الباحث الى هذه النتيجة. فهـو قـد اكتفى برأي العينة المستطلعة دون ان يعززها بآراء مختصين من ودراسات من علـم الـنفس مثلا. كما لم يحدد ما هو المقصود بالساعات الطويلة. والحقيقة ان مثل هذه الاسـتنتاجات التـي خرج بها الباحث تطرح اسئلة اكثر مما تطرح اجابات.

ومن جانب آخر تجب الاشارة الى ان الدراسات التي تبحث فـي صـميم تكـوين المؤسـسات الاعلامية وبنيتها وطبيعة عملها هي في الواقع قليلة وتتجنب طرح الاسئلة الأكثر جوهرية عـن طبيعة الاجندات التي تتبعها هذه المؤسسات وماهية ارتباطها بمراكز القوة والنفوذ والتمويل.

وفي دراسة استطلاعية هدفت الى التعرف على الحالة المهنية للصحفيين الاردنيين من زاويـة دراسة الجوانب والعناصر ذات الصلة بواقع المهنة الصحفية في الأردن الراهن. قـام الباحـث بتوزيع استبيان يطرح مجموعة من الاسئلة التي تغطي جوانب عدة لممارسي هذه المهنة فـي عدة صحف اردنية. وقد اعتمدت الدراسة على عينة مكونة من 70 صحفيا من مختلف الصحف

اليومية والاسبوعية الاردنية. وتناولت محاور الرواتب والمكافئات المالية، والدورات التدريبيـة والسفر للخارج، والتوجهات السياسية للصحف، والصحفيون ومعيقات النشر، والتفـرغ للمهنـة الصحفية، وكذلك طبيعة التدخل في كتابة القصة الصحفية ومصادر المعلومات وطبيعة العلاقات مع المصادر، ومشكلة كتابة العناوين الصحفية، .. ووسائل الحصول على الأخبار، ودور نقابـة الصحفيين والمجلس الاعلى للإعلام(أبو عرجة ، 2006، 38).

وقد قادت هذه الدراسة الى مجموعة من المؤشرات منها أن هناك خصوصية للمهنة الـصحفية من زاوية ارتفاع متطلباتها الانفاقية العالية، وان ما يتقاضاه الصحفيون لا يفي باحتياجاتهم. وأما السفر للخارج فغالبا ما تقوم الصحف بتغطية تكاليفه. وأمـا الـدورات التدريبيـة فقـد اظهـر الاستطلاع ان نسبة كبيرة من الصحفيين تشارك في مثل هذه الدورات التي تتم بمبادرات مـنهم او من مؤسساته الصحفية. وتظهر نسبة كبيرة من المستطلعين انهم يواجهون القضايا التي ترفع ضدهم بدعم من صحفهم. وأما بالنسبة لتفرغ الصحفيين للعمل الصحفي فقد اظهرت الدراسة ان 95 بالمائة من الصحفيين هم متفرغون بالكامل لعملهم الصحفي. وبالنسبة للتوجهات الـسياسية للصحف وهل تفرض حدودا على الصحفي تحتم عليه الالتزام بها، فقد بينت الدراسة ان نـسبة 42 بالمائة يتفقون تماما مع التوجهات السياسية التي تعبر عنها صحفهم بينما عبر 7بالمائة عـن عدم اتفاقهم مع هذه التوجهات، وذكر 19 بالمائة انهم يتفقون مع بعض التوجهات ولا يتفقون مع بعضها الآخر. واما السياسات والمواقف التي شـكلت مواضـيع للاخـتلاف بـين الـصحفيين ومؤسساتهم، فهي بحسب الباحث تركزت على مسألة (عدم وجود سـقف حريـة أعلـى لـدى الصحفيين). وهنا يجب ان نسجل ان الدراسة طرحت هذه النتيجة بصورة ملتبسة. حيـث لـم نعرف طبيعة هذا السقف، هل هو سقف مهني يتعلق بمبادئ وميثاق المهنة ام هو سياسي. وكان من الأجدى الفصل بين المسألتين بالنسبة للباحث. وعلى كل حال فقد اظهرت نسبة 26 بالمائـة من العينة انهم لا يرغبون في الحديث عن هذه الاختلافات فيما اظهرت نسب صغيرة اختلافات حول مواضيع تتعلق بالشفافية او السياسة الخارجية او العلاقة مع اسرائيل(أبو عرجة ، 2006 ، 43). وتمضي الدراسة في جردة من النسب المئوية التي تختلط فيها الـدلالات، فـي حـين ان محاور الدراسة لا تتناول المسألة من منظور راديكالي نقدي يتعلق بمـسألة الاسـتقلال الفعلـي للصحافة الاردنية عموما عن جسم الدولة السياسي، وهل لدينا اي شكل من اشـكال الـصحافة المعارضة التي تستند الى مراكز قوى متنوعة وحقيقية. ام ان الصحافة ونقاباتها ومجالسا هـي في الأساس لعبت وتلعب دورا مهما في تسويق سياسات الحكومة سواء على المستوى الـسياسي او الاقتصادي او الاجتماعي.

ان الكثير من النسب المئوية التي توردها الدراسة هي خادعة بسبب كونها تظهر مفاصلا من التناقض الوهمي سواء بين الصحفيين ومؤسساتهم او بين المؤسسات والجهات الرسمية أو القاعدة الاجتماعية. بينما اعتمدت الدراسة عينة مقدارها 70 صحفي اكثر من 60 منهم يمثلون الصحف الرسمية كالدستور والعرب اليوم، اضافة الى صحفيي وكالة الانباء. بينما توزع العشرة الباقون على شيحان والحدث والغد والسبيل والهلال والشاهد. بينما يمكن لأي منا ان يستنتج ان الصحف الثلاث ووكالة الانباء هي مؤسسات تتبع بالكامل سياسة السلطة وتتبنى مواقفها بل انها تروج لهذه المواقف على كافة المستويات.

على كل حال تتابع الدراسة محاورها المتعلقة بما اسمته الحالة المهنية للصحفيين. وتخرج ببعض التوصيات المتعلقة بضرورة زيادة سقف الحريات وتوفير المعلومات للصحفيين وعدم اللجوء الى المبالغة في كتابة بعض العناوين واهمية قيام علاقات ايجابية بين الصحفيين ومصادرهم، .. وتحسين المستوى التكنولوجي الذي توظف في ميادين الاعلام والمعلومات. اضافة الى توفير بنوك من المعلومات للصحفيين من قبل مؤسساتهم الصحفية، وغيرها من الاستنتاجات والتوصيات.

هذه الدراسة تمثل نموذجا من الدراسات الاعلامية التي لا تأخذ ظاهرة الاعلام ضمن علاقاتها المعقدة مع بقية البنى والمفاصل السياسية والاجتماعية المحورية، وهي تمثل نموذجا للكثير من الدراسات التبسيطية التي تعزل ظاهرة الاعلام والاتصال في المجتمع وتناقشها برؤية ومنهجية لا تتعدى سقف النظر الى بعض معالمها الظاهرة والسطحية كمستوى دخل الصحفيين في هذه المؤسسة او تلك او مدى حصولهم على دورات تدريبية او مدى استجابتهم لسياسية المؤسسة، فيما تكمن العناصر الحقيقية وذات القيمة في مكان آخر.

وفي دراسة تحليلية للغة الإعلام العربي يتناول الباحث لغة الصحافة وعوامل التطور وسماتها البارزة، وتكنولوجيا الاتصال وتأثيراتها اللغوية والاسلوبية على الاعلام العربي، وكذلك مواصفات النص الاذاعي والتلفزيوني ودور وسائل الاعلام في تنمية اللغة العربية. ويحلل الباحث الكثير من النصوص الاعلامية والافكار والآراء المتعلقة بتجارب كبار الصحفيين والاعلاميين في مجال كتابة النصوص لوسائل الاعلام المختلفة (أبو عرجة ، 2006، 102).

ويخلص الباحث الى وجود مشكلة لغوية تتصل بوسائل الاعلام كافة وخصوصا تلك المشكلة المتعلقة بوسائل الاعلام الالكترونية الاكثر شيوعا مثل الراديو والتلفزيون. وتتلخص اهم مظاهر هذه المشكلة بعدم وجود رسالة اعلامية ثقافية واضحة للكثير من القنوات والمحطات الاذاعية التي تهتم بالترفيه وتستخدم تكنولوجيا متقدمة للصوت والصورة، فهذه المحطات تسعى دائما

للربح المادي، وهذا ينعكس على اللغة المستخدمة عبر هذه المحطات حيث تنزلق الى العامية واساليب التعبير غير المستساغة .

ويشير الباحث الى مظهر آخر يتعلق بضعف مشاركة الادباء والمثقفين الجادين في مثل هذه المحطات، مما يؤدي الى انعدام اسهامها في اثراء الحياة الثقافية، فيما يبرز التناقض الصارخ بين ما تضخه تقنيات الاعلام المعاصر من معلومات قيمة في مجالات العلوم والفنون والاختراعات على مستوى العالم وبين حجم ما تخصصه هذه الوسائل من تغطية لهذه الانجازات فيما ينعكس على المستويات الثقافية لمشاهدي هذه القنوات ومدى متابعتهم لمستجدات ثورة المعلومات. وتبرز ايضا مشكلة تتعلق بالاحباط الذي يصاب به المثقفون وهم يشاهدون كل هذه الساعات من التغطية لأمور الطرب والغناء الهابط وغيرها من وسائل هدر الوقت فيما تهمش الموضوعات الجادة على كافة المستويات. وتبرز الدراسة مشكلة تتعلق باللغة الضعيفة والمتهالكة التي تقدم فيها البرامج المنوعة عبر هذه القنوات جراء خضوعها للسرعة والمنافسة، وهو امر سوف ينعكس على اللغة العربية الفصحى بوصفها تشكل دعامة اساسية للهوية والوحدة الثقافية للامة العربية .. حيث تتعرض اللغة للتفريغ بدل ان تزيد رصيدها من المفردات والمعاني الجديدة (أبو عرجة ، 2006، 128).

كما تبرز مشكلة استخدام العامية لتشكل البديل عن اللغة الفصحى خاصة وأن هذه القنوات تخصص ساعات طويلة لاقامة وتغطية الكثير من النشاطات الترفيهية التي يتولى فيها المشاركون الاتصال المباشر مع البرامج او من خلال حضور جمهور من المشاركين الذي يقتصر استخدامهم للغة على اللغة المحكية. وتبين الدراسة ان الصحافة العربية المكتوبة ما تزال حريصة على تماسك عباراتها ولغتها الفصيحة ولكنها تميل في لغتها الاخبارية الى التبسيط والسهولة والاختصار. ويعتبر الباحث ان اللغة هي ناقل للفكر والثقافة وان على وسائل الاعلام إذا ارادت الحفاظ على هوية ثقافية موحدة للامة اعتماد اللغة الفصحى والاعتماد على افراد يتقنون هذه اللغة ويستطيعون استخدامها لكافة الاغراض الاعلامية وأن تنحصر موجة استخدام العامية التي بدأت تأخذ مكان الفصحى في اللغة الاعلامية . (أبو عرجة ، 2006 ، 130)

ورغم أن هذه الدراسة منشورة في 2006 فهي لم تلتفت الى اللغة التي تشيع بين مستخدمي الانترنت والتي تفاقمت هذه الأيام لتطال الحروف التي تكتب فيها هذه اللغة، فهي مزيج من حروف لاتينية وارقام تواضع عليها مستخدمو الانترنت في مراسلاتهم عبر (التشات)، وهي تشكل برأيي معظلة كبرى تطال بنية اللغة الاساسية والصيغ التي تصب فيها المعاني والكلمات، فضلا عن المضمون اللغوي التسطيحي الذي تحمله هذه الرموز الجديدة. فالمشكلة لم تقتصر

على المضامين والمعاني وإنما طالت البنى والأشكال اللفظية والكتابية ايضا، وهو امر بلا شـك سيزيد من عزلة اللغة العربية الفصيحة وانحسار ميادين استخدامها بوجه عام .

وفي دراسة سوسيواعلامية تحليلية تناولت تأثير الفضائيات العربية على المجتمع العربي يتناول الباحث عدة محاور وأوجه لهذا التأثير، من اهمها تأثير الفضائيات على اللغة العربية ، وتأثيرها على خلق الصور النمطية وتعزيزها والسيطرة على تدفق المعلومات وحرية الافكار والحـوار، وعلاقة الفضائيات بالتذوق الفني في مجال الأغنية، وتأثير الفضائيات في الثقافـة الجماهيريـة والشعبية العربية. وكذلك تأثير الإعلان التجاري على الكثيـر مـن القـيم الـسلوكية، وتـأثير الفضائيات في التنمية وفي الثقافة القومية العربية (ابو اصبع ، 2005 ، 245).

ويخلص الباحث الى مجموعة من النتائج من اهمها أن استقبال الفضائيات بـات متاحـا لطبقـة واسعة جدا من متوسطي الدخل في الوطن العربي. وأن نسبة كبيرة مما تقدمه هذه الفـضائيات هي برامج ومواد ذات هوية ومصادر اجنبية خاصة تلك التي تحمـل الهويـة الأمريكيـة مـن محطات افلام وترفيه واخبار ودراما تلفزيونية وبرامج وثائقية وموسيقى. كما يستنتج ان الترفيه يحتل اكبر قطاع من مجموعة ما تبثه تلك الفضائيات العربية، حيث يدخل في هذا الاطار جميع المسلسلات والافلام والاغاني والمسابقات والرياضة. كما تخلص الدراسة الـى ان الفـضائيات العربية سهلت التواصل والحوار بين ابناء الامة العربية، مما سيقود الى تعزيز الهويات القومية على مستوى عالمي، وهي الظاهرة التي يسميها الباحث بظاهرة القبائل في القرية العالمية.

وتحذر الدراسة من بعض التهديدات للثقافة المحلية والعربية، فضلا عن القيم الغريبة التي تحملها المواد والمضامين الاعلامية المبثوثة، والتي تغلب عليها الجريمة والعنف والجنس إضافة زيادة التوقعات لدى المشاهد العربي على كافة المستويات بما يخلق لديه حالة من الإحباط النفسي لدى مواجهة واقعة الاجتاعي والطبيعي. إلا انها تقدم بنفس الوقت وجها ايجابيا معادلا يتمثل في فتح افاق من المعرفة والعوالم الجديدة امام المشاهد العربي، الامر الذي سينعكس برأي الباحث على رفع مستوى اطلاع الناس على الحضارات المحيطة بهم بما يجعلهم اكثر مشاركة واندماجا فـي عصرهم (ابو اصبع ، 2005 ، 260).

ويختم الباحث دراسته بالقول ان التفاعل المتبادل بين الحضارات بات امرا حتميا. وأن وجـود بعض السلبيات في المضامين الاعلامية يجب ان لا يدفعنا الى النكوص والتقوقع حـول ثقافتنـا بدعوى المحافظة عليها، ويجب ان لا نخشى على هويتنا الثقافية لأن لكل امة آلياتها في الـدفاع عن ذاتها الثقافية وأن التأثير والتأثر هو نتيجة حتمية لحالة التطور التـي نعيـشها فـي مجـال التكنولوجيا والاعلام. (ابو اصبع ، 2005 ، 260).

الحقيقة ان الباحث تغلب عليه النظرة المتفائلة، وهي بحسب تحليلي تعود الى نظرية ماكلوهـان في القرية العالمية والتفاعل الثقافي الذي تحكمه قوانين حتمية للتطور التكنولوجي. ولكن ما يغفل عنه الباحث يتمثل في قضية هي غاية في الخطورة، وهي اننا كجماهير وكأمة لا يمكن لنـا ان نشارك في هذا التفاعل بصورة متكافئة مع الدول والمجتمعات والثقافـات التـي تملـك المـال والتكنولوجيا وتستطيع الدفع باتجاه تعميم ثقافاتها وانماط سلوكها ومنتجاتها الثقافية والتكنولوجية بصورة لا يمكن مقارنتها بقدرتنا نحن. ومن هنا فإن النظرة العامة للباحث تنتمي الى ذلك التيار الذي ظهر في العقدين الأخيرين وحاول الترويج لبعض افكار الاندماج الثقـافي تحـت مـسمى العولمة والعالمية، وحوار الحضارات .. وغيرها من الشعارات. ليتبين بعد ذلك ان الكثير ممـا كتب تحتها هو اقرب في حقيقته الى مفاهيم التغريب والأمركة وثقافة الاستهلاك والشركات.

وفي دراسة حول تأثير الانترنت على الشباب في الاردن، طرح الباحث مجموعة مـن الأسـئلة التي تتناول حدود هذه التأثيرات. فلماذا يستخدم الشباب الانترنت ولأية اغـراض. ومـا هـي الاشباعات التي يحققها استخدام الانترنت في اوساط الـشباب، ومـا هـي التـأثيرات الـسلبية والايجابية على الشباب في مجالات المعرفة والسلوك (ابواصبع ، 2005).

وقد حدد الباحث ان الدراسة تستقصي نتائجها من ملاحظات في المحيط الاجتماعي والاكـاديمي للباحث بالاضافية الى دراسة استكشافية تم اجراؤها فـي جامعـة فيلادلفيـا فـي الاردن مـع الاسترشاد بدراسات مسحية تناولت نفس الموضوع وجرت في كل من كندا والولايات المتحدة.

وبحسب الدراسة فإن حوالي 48 بالمائة من مجتمع الدراسة يقضون ساعة فاقل على الانترنـت يوميا فيما يقضي حوالي 39 بالمائة من ساعتين الى أقل من 4 ساعات و6بالمائة يقضون مـن اربع الى ست ساعات وحوالي 2 بالمائة يقضون اكثر من ست ساعات فـاكثر .. وأن نوعيـة المواقع التي يستخدمها طلبة فيلادلفيا تتراوح بين المواقع المحلية بنسبة 1.7 بالمائة والعربيـة بنسبة 24 بالمائة وعالمية 54 بالمائة بينما حوالي العشرين بالمائة لم يجيبـوا علـى الـسؤال . (ابواصبع ، 2005 ، 326)

ويلفت الباحث الى الخاصية التي يتميز بها الانترنت عن غيره مـن الوسـائل وهـي المتعلقـة بتفاعليته العالية، وما يتيحه من تنوع من خلال استخدام جهاز واحد يمكن المستخدم من استقبال التلفزيون والصحف والاذاعات باسلوب تفاعلي. كما يستعرض جوانب مختلفة مـن التـأثيرات السلبية والإيجابية على المستخدمين، من الأفكار المحرفة عن الواقع وزج الـصغار فـي عـالم الكبار، والترفيه المحترف عبر مخترعات الاتصال الرقمي مما يحد من التجربة الواقعية لـدى الشباب خصوصا. وما يعرف ايضا بمرض الثلاثين دقيقة الذي يستند الى ما يقدمه الانترنت من

حلول سريعة لكافة المشكلات عبر التأثير النفسي على المستخدمين. هذا الى جانب مجموعة من الحاجات الشخصية التي يشبعها الانترنت لدى الشباب من الحاجات المعرفية الى العاطفية مرورا بحاجات الاندماج الاجتماعي وحاجات الهروب المرتبطة برغبة الفرد بالابتعـاد عـن مـشاكله وإزالة التوتر (ابواصبع،2005 ،350).

وتعطي الدراسة الاحصائية التحليلية نسبا وارقاما لعدد من الانشطة الترفيهية والهروبيـة التـي يقوم بها طلبة جامعة فيلادلفيا مثل تنزيل الموسيقى والاستماع لها وتصميم صفحات الويب وزيارة المواقع الترفيهية واللعب. هذا اضافة الى دور الانترنت في حياة الشباب اليوميـة والتـأثيرات الاجتماعية .. وبحسب الدراسة يحرص 71 بالمائة من طلبة الجامعة علـى اسـتخدام البريـد الالكتروني في مجالات الاطمئنان على الاهل والاصـدقاء والتعـرف علـى اصـدقاء جـدد (ابواصبع،2005،353).

ويخلص الباحث الى ان الانترنت يستهلك اوقات الشباب مما يؤثر على نشاطاتهم الاخرى الاكثر اولوية وأن الانترنت يكرس ظاهرة النجومية (الاعجاب بالنجوم) لدى المجتمع وما يـستتبعها من تقليد لهم في مجالات السلوك عامة. كما يقدم الانترنت رؤية وصورا ذهنية بعيدة عن عـالم الشباب في اوطانهم الامر الذي يبعدهم عن عالمهم الواقعي الخارجي. ويؤدي الانترنـت الـى زوال الحدود بين عالمي الكبار والصغار مما يعرض الصغار الى الكثير من المخـاطر. كمـا يؤدي الى سوء استخدام اللغة حيث يتم الخلط بين اكثر من لغة على حساب اللغة الفصحى، كما يوثر الانترنت على الذائقة الموسيقية والغنائية نتيجة التعرض للاستماع الى انواع خاصـة مـن الموسيقى الشبابية الغريبة. ويشجع الانترنت على السلوك العنيف لدى الشباب ويحد من الخيـال والقدرة على التذكر والتعلم حيث يركنون الى كل ما هو جاهز من مواد معروضة على الشبكة. ويشجع الانترنت على الاستهلاك عن طريق التعرض لشتى انواع الاعلانـات التجاريـة هـذا اضافة الى تأثير الاشاعات والمعلومات المغلوطة والتأثيرات الصحية نتيجة الجلوس الطويل الى الشاشات. واخيرا التأثيرات العميقة على نظرة الانسان الى كل ما حولـه ومنظومتـه القيميـة وقدرته على التمييز بين الحقيقة والخيال وعزل الافراد عن بيئتهم وتقديم نماذج مـصنعة يـتم احتذاؤها في السلوك والمواقف واللغة (ابواصبع،364،2005).

ورغم ان هذه الدراسة تنطلق في الاساس من مدخل الاستخدامات واشباع الحاجات إلا انها تورد الكثير من الارقام والمؤشرات ذات الدلالة مثل التشجيع على الاندماج فـي ثقافـة الاسـتهلاك والانغماس في فيض المعلومات المغلوطة وعبادة النجومية واستهلاك الوقت والجهد فـي غيـر

محله الصحيح والكثير من العناصر الداخلة في تكوين المشكلات الحقيقية التي يجرها الاستخدام غير الواعي لتقنيات الاتصال الحديث.

وتبين إحدى الدراسات الاعلامية حول (تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية العربية في ضـوء آراء عينة من النخبة الاعلامية المصرية) ان هذه القنوات تلعب دورا رئيسيا كمصدر لمعلومات النخبة الاعلامية، حيث احتلت قناة الجزيرة المرتبة الأولى من حيث الأهمية كمصدر للمعلومات في الظروف العادية على مستوى القنوات الاخبارية العربية محققة نسبة بلغت 86.6 بالمائة تليها قناة العربية بنسبة 47.5 بالمائة ثم قناة النيل بنسبة 43.7 بالمائة وأما أثناء الأزمات فقد احتلـت قناة النيل الاخبارية المرتبة الاولى تليها الجزيرة ثم العربية. وقد اجريت الدراسة علـى عينـة عشوائية من النخبة الاعلامية المصرية العاملة في مختلف مجالات الاعلام قوامها 200 فـرد، وتم ضبط اسلوب العينة المتساوي بتحديد حصة كل مجال اعلامي من اجمالي عـدد المفـردات (عبدالغفار،2005 ،343).

وتبين احدى الدراسات حول دور نشرات الاخبار بالقنوات الفضائية العربية في ترتيب اولويات الجمهور في مصر نحو القضايا المحلية والعربية والدولية ان القنوات الفضائية تحتـل المرتبـة الاولى من حيث اعتماد الجمهور عليها كمصدر للمعلومات عن القضايا الدولية يليها الانترنت ثم التلفزيون المصري، وقد اجريت الدراسة على عينة من 400 فرد من جمهور الفضائيات (العبد، 2006)

وهناك دراسة اجريت في عام 2004 حول اثر التعرض للقنوات الفضائية في النسق القيمي لدى المراهقين من طلاب المرحلة الثانوية في مصر، حيث سعت الدراسة الى التعرف علـى شـكل العلاقة بين المراهقين والقنوات التلفزيونية الفضائية من خلال التعرف على تفضيلات المراهقين في الفضائيات العربية والاجنبية وأهم المواد التي تجذب اهتمامهم اضافة الى التعرف على انماط التعرض، والصورة التي تقدم بها بعض القيم عبر مضمون المادة الاعلاميـة، وقـد خلـصت الدراسة الى نتائج منها ان اسباب تفضيل المبحوثين لبرامج ومواد القنوات الفضائية العربية يأتي في مقدمتها اغاني الفيديو كليب العربية والاجنبية، وكذلك احدث الافلام والمسلـسلات العربيـة وذلك بنسبة 87.7 بالمائة ثم جاء السبب الخاص بالصدق والصراحة في الكثير من البـرامج لا سيما البرامج الحوارية الجماهيرية في الترتيب الثاني بنسبة 52 بالمائة (النمر، 2004) .

وفي دراسة حول دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحـو ظـاهرة الارهاب أجريت على عينة من الجمهور العربي حاولت الباحثة الاستاذة في كلية الاعلام بجامعة عين شمس في مصر ان تختبر دور هذه الفضائيات في تكوين وعي ووجدان جمـاهيري لـدى

الجمهور العربي بظاهرة الارهاب ومدى اعتماد هذا الجمهور على وسـائل الاعـلام بتكـوين معرفة حقيقية بهذه الظاهرة بما ينعكس على موقفهم السلوكي تجاهها. وذلك من خـلال رصـد وتحليل طبيعة التغطية الاعلامية عبر الفضائيات لهذه الظاهرة والمضامين الاخبارية والتحليليـة التي تتناولها تلك الفضائيات وتأثير هذه القنوات في تكوين الرأي العام حول الظاهرة موضـوع البحث (مصطفى ، 2008).

وقد بينت الدراسة التي اجريت على عينة تضم اربعمائة من الجمهـور العربـي ان القنـوات الفضائية العربية تحضى بموقع متميز لدى المبحوثين كمصدر رئيسي للحصول على المعلومات والبيانات حول الاحداث المختلفة إذ احتلت هذه الوسيلة المركز الاول من حيث اعتماد المبحوثين عليها بنسبة بلغت 61.8 بالمائة وهي تتفق مع الكثير مـن الدراسـات التـي اكـدت علـى ان الفضائيات تحتل مركز الصدارة في اعتماد الجمهور عليها خاصـة وقـت الاحـداث الكبـرى والازمات، في حين أن الصحف والمجلات سجلت نسبة 7.5 بالمائة والانترنـت 5.2 بالمائـة وهكذا. وقد تصدرت قناة الجزيرة اعلى نسبة تفضيل للمشاهدة بنسبة 14.6 بالمائة ثم الأم بـي سي 9 بالمائة ثم العربية 6.1 بالمائة وقناة اقرأ 6 بالمائة بينما احتلت اكثر الفضائيات الوطنيـة العربية نسبا متدنية لا تتعدى 1 بالمائة مما يعكس تدني اعتماد المبحوثين على القنوات الرسمية العربية في حصولهم على المعلومات عموما (مصطفى ، 2008).

وبينت الدراسة ان الاسباب التي تقف وراء تفضيل بعض الفضائيات على الأخرى انمـا تعـود أولا الى سرعتها في تناول الاحداث وثانيا الى الموضوعية والمصداقية وثالثا بسبب سرعتها في الربط بالعالم الخارجي وأخيرا الى اتفاقها مع التوجهات السياسية لنسبة كبيرة من المبحوثين. كما ناقشت الدراسة الفترات المفضلة لدى المبحوثين للمشاهدة والايام المفضلة والمـواد والبـرامج المفضلة والتي بينت ان النشرات ومواجيز الاخبار تقع في مقدمة التفضيل بنـسبة 14 بالمائـة وتليها البرامج الاخبارية والسياسية بنسبة 13 بالمائة ثم البرامج الدينية بنسبة 11 بالمائة وهكـذا وصولا الى برامج تعليم المهارات الحرفية التي لم تحظ سوى بـ 1 بالمائة. وبينت الدراسة ان الحصول على معلومات حول ظاهرة الارهاب تحديدا تتصدره الفـضائيات العربيـة كمـصدر مفضل لدى 30.5 بالمائة ثم الانترنت بنسبة 16.5 بالمائة ثم الصحف والمجلات بنـسبة 14.3 بالمائة تليها الاذاعات العربية بنسبة 12.8 بالمائة (مصطفى ، 2008).

الجانب النظري

الفصل الاول : مفاهيم مفتاحية

مقدمة:

نحاول في هذا الفصل تحديد مفاهيمنا الاساسية التي تشكل مفاتيح فهمنا لموضوع الاتـصال - المجتمع، وقد ركزنا على اهم التعريفات النظرية لهذه المفاهيم مستعرضين اهم دلالاتها العلميـة واستخداماتها السياقية، وهو امر لا يمكن لنا تجاوزه لأهميته في بناء موضوع دراسـتنا هـذه، حيث تشكل المفاهيم ودلالاتها الفرق بين الفهم الصحيح والخاطئ للكثيـر مـن مفاصـل هـذه الدراسة، وقد اخترنا هنا استعراض مجموعة مفتاحية من هذه المفاهيم تمثلت في تقديم تحديدات وتعريفات لكل من علم الاجتماع الاعلامي وعلم الاتصال ومفهوم الاعلام الجماهيري والاتصال الرقمي والميديا ومجتمع المعلومات والحالة التي تسميها وسائل الاعلام بالحـضور او جمهـور الحاضرين.

1- مفهوم علم الاجتماع الاعلامي

علم الاجتماع الاعلامي **(sociology of information)** هو فرع من فروع علـم الاجتمـاع وهو يركز في اهتماماته على العملية الاعلامية كعملية اجتماعية دينامية بما تشمله من عناصـر كالمرسل والرسالة والمستقبل والتأثير وما تؤديه من وظائف تربوية وتوجيهية تنـدرج بـدورها على المجتمع ككل. (ابو الحسن ،2007، 25).

كما يعرف علم الاجتماع الاعلامي بأنه العلم الذي يدرس وسـائل الاعـلام بوصـفها ظـاهرة اجتماعية دراسة وصفية تحليلية أي بمعنى دراسة الواقع الفعلي لهذه الوسائل من ناحيـة بنيتهـا الداخلية وعلاقتها بالمجتمع.

2- الوعي (Consciousness)

الوعي في المعنى الجوهري يشير الى الحالة المتصلة التي من خلالها نـتمكن مـن الاحـساس والتفكير ورؤية العالم من حولنا. وهو في الاستخدام السوسيولوجي يشير الى الوعي الطبقي أو زيادة الوعي، او وعي الذات بذاتها، وكل ذلك يشير الى المحتوى او شكل وعناصر الوعي أكثر من الحقيقة الأولية لكون الافراد واعون (Dennett, 1991).

والوعي هو مفهوم اشكالي يحمل الكثير من التناقض، لان لدينا علم مباشر وآني به، ولكن بنفس الوقت يبدو متملصا من الاطار العام للعلوم الطبيعية والاجتماعية. ولتوضيح هذه الفكرة دعنا هنا نفترض ان مجموعة من خلايا الدماغ تميز اللون الأحمر وأخرى تميز اللون الأخـضر كلـون مختلف، ولكننا لا نستطيع شرح التمييز بين ظهور اللـونين بطريقـة مختلفـة مـن الناحيـة

الموضوعية. ففي مسألة الاستخدام اللغوي لكلمة أحمر بالنسبة لطفل يمكن ان نشرح له لماذا كلنا نتفق على ان البطيخ الناضج هو أحمر اللون وكذلك الاشارة الحمراء هي كذلك ولكننا لا نستطيع ان نشرح له ماهية احمرارهما. وهذه المسألة تتوضح اكثر في عكس الألوان المختلفة للطيـف، فالنفترض ان ما تراه بشكل نوعي هو الأحمر يراه شخص آخر كحقيقة نوعية بشكل أخـضر. ولكننا مع ذلك فإننا نتفق في استخدامنا للألوان على اسمائها لأننا نتفق بـشكل جمـاعي علـى تسميتها (Dennett, 1991).

وفي المقابل لقد اعطى الفلاسفة والمفكرون اسم (qualia) لأي احساس نوعي معين مثل رائحة الخبز الطازج او صوت تكسر الزجاج او لون جذر شجرة السنديان، وغيرها. ولمعرفـة هـذه الاشياء بشكل واضح وحاد يبدو انه ليس كافيا ان يصفها احدهم لك ولكن يجب علـى الافـراد تجربتها عيانا. فالوعي يبدو انه يعتمد على وجهة النظر الشخصية المتميزة. وهذا من الممكن ان يشرح لنا لماذا مسألة الوعي هي خارج تعريف العلم وتجربته وهي تعتمد على المعرفة النوعية والشخصية، وأنها خارج كل الابنية المعنوية التي تواضع عليها الناس ايضا(Nagel, 1986) .

قام وليم جيمس بنقل بحث نقدي من القرن التاسع عشر حول ما اذا كان العقل البشري هو فـي الأصل مكون من مادة ام من روح غير مادية، وقد استنتج ان الافكار تكونت في العقل المـادي ولكنها اتبعت قانونها الخاص بها. تحليله للوعي بدأ من فكرة الاستبطان وفحص المرء لافكـاره ودوافعه ومشاعره الخاصة. فالوعي او تيار الافكار هو بالنسبة لـه متـصل ولا يتغيـر ابـدا. والتفكير شخصي وهو يعود للأنا او النفس، وهو دائما لديه موضوعات، وهو انتقائي وتقييمـي، ومحدود من حيث الموضوعات التي يتناولها في الوقت الواحد، وهناك محدودية للذاكرة الآنيـة للاحداث والتي هي ماض ولكنها لم تغادر الوعي (Weiskrantz 1986)،.

المشكلة في الاستبطان أو فحص المرء لأفكارة ومشاعره كأداة علمية أنها ساهمت فـي تعميـق سطوة السلوكيين ما بين العشرينات والخمسنات من القرن الماضـي، فالـسلوكيون ادعـوا ان السلوك يمكن مشاهدته بشكل واضح ولكن الحالة العقلية لا يمكن لمسها بنفس الكيفية، وقد اسسوا القوانين بناءا على السلوك (الفعل ورد الفعل) منكرين وجود الحادثة العقلية كمسبب، ولذلك كان الوعي غائبا تماما. ومع تطور علم النفس المعرفي في الستينات من القرن الماضي، فإن الحالة السببية للحادثة العقلية قد اعيد اعتمادها، فالمعرفة من خلال قياسها على برامج الكمبيـوتر تـم تعريفها على انها عمليات معالجة المعلومات القادمة من الاحاسيس.. وتم توالت الادلة عن كون الوعي يعتمد على وظائف الدماغ من خلال دراسات على مرضى الاصابات الدماغية. فحيثمـا يتعرض المركز البصري للتدمير في احد فصي الدماغ نتيجة صدمة ما فإن الرؤية سوف تنعدم

في الجانب المعاكس للمجال النظري. وهذا النوع من المرض يدفع صاحبة لكي يـزعم غيابـا كاملا لأي جسم موجود في مجاله النظري المعطل. هي المفارقة التـي حـدثت حينمـا نظـر المريض الى الجسم المادي الذي يبصره بينما هو ينكره من الناحية العقلية. الرؤيـة البـصرية كتجربة هي واقع في هذه التجربة ولكن الرؤية العقلية معطلة. وهنا يتبين ان الرؤية الحـسية لا تكفي للادراك وإنما هناك عمليات معقدة من صنع الدماغ هي التي يعتمد عليهـا الانـسان فـي عملية ادراك العالم الخارجي من حوله (Kozulin 1990).

ويرى فيغوتسكي ان الوعي الفردي هو مشتق من الوعي الجمعي او الاجتماعي او هو استبطان عمليات ومفاهيم مشتقة من الثقافة والخطاب الاجتماعي (Kozulin 1990). وهو ما نـستطيع التعبير عنه بعبارة اخرى مفادها ان التجربة الفردية وافكار ونوايا الآخرين هي مظهـر لـنفس الانجاز التطوري للتمثيلات الفردية والشخصية، وهذا يتجاوز البارادايم الوظيفي حيث يتـضمن ان الوعي هو مسالة سابقة للتجربة الحسية.

يعرف الوعي بأنه حالة تلازم كل عملية عقلية. وان ليس هناك فكرة او اقتراح يمكن قوله لـيس له وجود في الدماغ أصلا. وعلى كل حال فهذا التعريف قاصر وغير ذي دلالة حقيقية. حيـث اختبر علماء الاعصاب والاطباء منذ القرن التاسع عشر مستويات متعددة لوظائف الاعصاب، كما واختبروا حالات من اللاوعي للدماغ. وقد تكون لمثل هذه التجارب جذور حتى في الفكر اليوناني. وليم جيمس في 1890 اشار الى ان الغالبية الكبرى من العمليات العقلية تجري خارج الادراك وهي تتضح في عمليات التنويم المغناطيسي والعمى النصفي الناتج عن تلـف الـدماغ والتفكير غير الواعي والتعلم بدون وعي وغيرها (Kozulin 1990).

وأما بالنسبة للوعي الجمعي العالمي، فإن الجغرافيا الثقافية تعطي اكثر من سيناريو رؤية وتمثيل للعالم، تنعكس على شكل انماط متعددة من العلاقات الاجتماعية والسلوك والمعارف حول العالم. ومفهوم الايدولوجيا بالنسبة لهيغل يعبر عن الوهم وبالنسبة لماركس يعبر عن الوعي الزائـف الذي يعكس الانماط الثقافية المتعلقة بالعلاقات المادية للانتاج التي يتمثل غرضها الاساسي فـي تمكين مصالح الطبقة المسيطرة من التحقق بينما الايدلوجيا تعمل على حجبها (Gorz,1982).

وأما على مستوى المجتمع فقد ميز لوكاش بين نوعين من الوعي، الاولى وعي الطبقة، والثانية الوعي بالطبقة، والاولى تشير بالنسبة للوكاش الى تلك الحالة من الافكار والدوافع التـي تنـشأ لدى افراد الطبقة من خلال معايشتهم اليومية لشغلهم اليومي الحياتي، وأما الثانية فهي التي تنشأ من المعاينة والفحص الدقيق لكامل اوضاع المجتمع من خلال الدراسة العقلية لمجمـوع النظـام الاجتماعي كوحدة واحدة. وفي أفكار لوكاش لا يكون هناك مرور سريع من الاولـى للثانيـة،

فالمعلومات ضرورية لبناء وعي مثالي بالطبقة بين الافراد المشغولين بالمعاش والبقاء اليومي. (Gorz,1982).

وعي الطبقة يستدعي ميلا لبقاء الوعي الزائف الذي يقود الى التضليل لانه يعتمد على الافق الضيق الذي تخلقه التجربة اليومية الفردية إلا اذا خضع لقيادة العلم وادوات التنظيم السياسي للطبقة. فكرة لوكاش في الانتقال من الطبقة بنفسها الى الطبقة لنفسها سيكون اوتوماتيكيا مضمونا بمنطق سير الاقتصاد الرأسمالي، وهو ما اصبح اليوم صراعا ايدلوجيا مستعرا . وبحسب لوكاش فإنه بدون هذه المعركة الايدولوجية لا يعود هذا الانتقال ممكنا (Gorz,1982).

بالنسبة للوعي الزائف فإن المشهد يقدم نفسه كأداة للتوحيد والدمج، وكجزء من المجتمع أو قطاع يركز كل الرؤى والافكار. وهذا الجزء هو منفصل عن جسم المجتمع، وهو يشكل الارضية العامة للنظرة الخاطئة لنا كذوات وللآخرين، والدمج والتوحيد الذي يحققه ليس إلا لغة عامة رسمية لانفصال معمم أو اغتراب. فمنذ ان ملأت الايدولوجيا الخطاب اليومي بالشكل والمفهوم العام، فإننا لم نعد قادرين على تجاوزها كمنظومة احتوائية تؤثر على مواقف الافراد المنحازة سياسيا واجتماعيا او كنظرة مجردة للعالم وللحياة، وهي التي دلل عليها ماركس بمفهوم الوعي الزائف (Gorz,1982).

وأما بالنسبة لعلاقة الوعي الحقيقي بالايدلوجيا فهي علاقة ملتبسة كما اشار لويس التوسير " الايدلوجيا لها لها علاقة سخيفة بالوعي الحقيقي بالاشياء.. وهي بعمق غير واعية. الايدلوجيا هي نظام للتمثل، لكن في معظم الاحوال فإن هذه التمثلات ليس لها علاقة بالوعي الحقيقي، هي في العادة صور وانطباعات واحيانا مفاهيم، ولكنها فوق كل ذلك بناء مفروض على الغالبية العظمى من البشر ليس عن طريق وعيهم. وإنما هم ينظر اليهم ويتعرضون لتقييمات ويغالبون عناصر ثقافية تعمل بشكل وظيفي عليهم عبر عمليات تتجاوزهم. (Touraine,1981)

وأما الصورة التي يعرضها علم الجمال لدى ادورنو فتتمثل في مبدأ اخلاقي واحد يتم فيه تنظيم المشاعر الخاصة للفرد. وهو يعرض امثلة من الموسيقى والفن الحديث الذي يلعب هذا الدور والذي فقد دوره التحريضي واصبح جزءا من الوعي الزائف لافراد المجتمع. وهو فن يقود الفرد الى خارج مجاله المستقل. ويجادل أدورنو بأن هذا الفن هو الذي قاد الافراد الى واقع التشارك في الحقيقة الزائفة. (Touraine,1981)

يتحدث ادورنو عن دور الفن عموما والموسيقي بالذات ضمن مفهوم تكريس الفن لخدمة ثقافة السلعة والفتشية السلعية بدل ان يكون الفن مستقلا ويعكس حقيقة العلاقات الاجتماعية المادية بين الطبقات والشرائح الاجتماعية. لدى ادورنو يرد مفهوم الفن الأصيل (authentic art) الذي

يعنى بمسألة كيف يرى المجتمع نفسه، وهنا يشير ادورنو الى ان الموسيقى التي تنتمي الى الفن الأصيل تعكس العلاقات الاجتماعية في حالتها المادية والبنيوية وكل ذلك بصيغة غير واعيـة، وفي نفس الوقت فإن هذه الموسيقى تقدم منظومة من العلاقات المثالية او اليوتيبية ولهـذا فهـي تعمل كمحرض نقدي للعلاقات الخارجة عن الفرد. وهنا فهي تعمل كمقوض وليس كعامل دمـج ومزج وتوحيد لهذه العلاقات. بينما تعمل الموسيقى الحديثة على عكس هذه المهمة حيث تـصبح الموسيقى جزء من الايدلوجيا بمفهومها الماركسي كوعي زائف وهي تخدم واقع سيادة الـسلعة والايدلوجيا المرافقة لها، وتفقد استقلالها، وكل ذلك يأتي في سـياق الفكـرة العامـة لمدرسـة فرانكفورت حول صناعة الثقافة. التي هي بالنسبة لماركيوز تتعلق بمفهـوم الاغتـراب الـذي اصبح اشكالي بعندما الافراد يعرفون انفسهم من خلال الحقيقة والوجـود المفـروض علـيهم، ويجدون من خلاله تطورهم ورضاهم. هذا التماهي والتطابق هو ليس وهم وإنمـا حقيقـة. واي كان فإن هذه الحقيقة تؤسس لمرحلة من الاغتراب المتقدم. وهذا اصبح بشكل كامل موضـوعي المادة المغتربة التي تم ابتلاعها من خلال وجودها المغترب. فهناك بعد واحد وهو في كل مكان وفي كل الاشكال. إنجاز التقدم التكنولوجي تمثل في تحدى التهمة الايدلوجية مثلما هو الحال في التبرير قبل المحاكمة، الـوعي الزائـف لعقلانيـتهم اصـبح الـوعي الحقيقـي والـواقعي. (Touraine,1981)

ومن جهة أخرى يرى بورديو أن المدارس التقليدية التـي ناقـشت مـسألة الـوعي بالـذات كالاستبطان التأملي والاعتراف والحكائية الظاهراتية وغيرها، لم تختـرق العمـق اللاواعـي المبني من خلال الطبقات التاريخية المتراكمة التي ساهمت في بناء الذات والتي فـي الحقيقـة شكلت الوعي الفرادي. بالنسبة لبورديو فإن التحليل السوسيولوجي اللاشخصي يستطيع ان يساعد لاعتراض واحباط الذاكرة الانتقائية والميكانزمات الدفاعية للتذكر الشخصي وترسـيخه للخيـال الحكائي الموظف لخدمة الحماية الذاتية. وهذا بحسب ملاحظة بورديو هو المسئول عن المنطـق الدافع وراء تحليله النقدي لعالمه الاجتماعي، تحليل قال فيه (لقد تعلمت اكثـر مـن قـراءتين تعاملنا مع عالمين اجتماعيين مختلفين في حياتي. عـالم القريـة والطفولـة، وعـالم بـاريس الاكاديمي وهذا ما مكنني من الاستكشاف كمراقب موضوعي واحدة من اكثر المناطق المخفيـة والمحجوبة من ذاتيتي) (Dennett, 1991).

3- تخصص الاتصال (communications)

في بداية تأسيس مبحث الاتصال كمبحث اكاديمي مستقل ركز اثنان من مؤسسيه، وهما لاسويل ولازرفيلد بشكل شبه حصري، على اثر الاعلام الجماهيري في المعرفة العامـة لـدى النـاس والمواقف التي يتخذونها من مختلف القضايا التي تهمهم، وتبعهم هوفلاند وهو من اهم اعلام هذا التخصص ضمن هذا الاتجاه، وجلهم ظهروا في النصف الاول من القرن الماضي.

وفي عام 1955 لاحظ كاتز ولازرفيلد ان التقاليد المبكرة لبحوث الاتصال ركزت على الميـديا كأداة للتلاعب الخفي او كان ينظر اليها كوكالات ومؤسسات للدمج الاجتماعي. وكانت وسـائل الاتصال الجماهيري (الميديا) بنظرهم تشبه ابرة الحقن تحت الجلد، حيث تستطيع الميديا حقـن الناس بالمعلومات الجديدة والمواقف للافراد المدنيين بنفس الطريقة التي يحقـن فيهـا الطبيـب المصل للمريض. وكنتيجة للدراسات الكلاسيكية في هذا الميدان سواء ما ادير منها بالاربعينات من قبل لازرفيليد وزملائه أو ما سبقها، ظهرت دفعة دراسات اخرى تقلل مـن مـدى هيمنـة وتسلط وسائل الاعلام، ومنها نظريات الاتصال بعيد المدى او الاتصال على مرحلتين حيث تنقل الميديا المعلومات لقادة الرأي في المرحلة الاولى والذين بدورهم يستخدمونها لغـرض التـأثير على الآخرين من خلال شكل آخر من الاتصال هو الاتصال الوجاهي في مرحلة لاحقة. وأمـا الابحاث اللاحقة فقد بينت ان كلا نموذجي الحقنة والاتصال على مرحلتين انما همـا نموذجـان مبسطان لما يحدث في عمليـة الاتـصال مـن أثـر علـى الـسلوك والمواقـف الفرديـة. (Contractor,1994)

وعموما فإن هاتين النظريتين فرضتا نوعا من التأثير على معظم البحوث التي تناولت موضوع الاتصال الجماهيري ولمدة عقود سبقت وتبعت منتصف القرن الماضي، فبشكل موازي وتقريبـا خلال نفس الحقبة، كان لوين يقوم بدراساته في جامعة ايوا فيما يتعلق بأثر اتخاذ القـرار فـي الجماعة وأثر القيادة على الجماعة في مجال الانتاجية والاخلاق لدى افرادها، كما حفز البحوث الموازية ذلك الشعور بالاشمئزاز من الانظمة الفاشية في كل من ايطاليا والمانيا ضمن ظروف الحرب العالمية الثانية حيث ظهرت الحاجة لفهم كيف يمكن تكريس حملات الاعلام الجماهيري لدى محور المانيا وايطاليا والدول الداخلة في المحور ضد الحلفاء. وقد حققـت هـذه البحـوث بعض النتائج القيمة وآتت ثمارها خاصة تلك البحوث التي قادها هوفلاند فـي جامعـة ييـل. (Contractor,1994)

وقد اغنت بحوث هؤلاء الكثير من الباحثين من خلال استنادهم للكثير من النتائج النظرية التـي شكلت نوعا من القاعدة الصلبة لهم. وخاصة اولئك المعنيين بميادين اتصال الجماعات الصغيرة وميادين الاقناع (persuasion). وقد صيغت معظم هذه المقـولات مـن قبـل الاكـاديميين الموجهين لحل بعض المشاكل البحثية من مختلف التخصصات. وأما الاتـصال فلـم يبـرز كتخصص اكاديمي مستقل سوى في نهاية الاربعينات، حيث تم تأسيس معهد بحوث الاتصال فـي جامعة الينوي في 1947 ، تحت اشراف ويلبر شرام. وبعدها وبتأثير نجاح جامعة الينوي فـي خطوتها تم تاسيس الكثير من المراكز البحثية في الكثير من الجامعات الرئيـسية فـي الغـرب الاوسط في الولايـات المتحـدة مثـل متيـشغان ومينيـسوتا وويسكنـسون. (McGrath& Hollingshead,1994)

وتزايد الاهتمام بتخصص الاتصال بشكل كبير في الستينات والسبعينات من القـرن الماضـي. حيث اسست مدارس الاتصال في كل من جامعة بنسلفانيا والثانية في جامعة جنوب كاليفورنيـا. كما اسست كليات ضمت اقسام مستقلة للصحافة الى جانب علم النفس والاجتمـاع والاقتـصاد والسياسة ،والتي اشتركت جميعها في تدريس عمليات الاتصال الانساني من مختلف الاتجاهـات النظرية.

وكغيره من المشاريع والتخصصات الاكاديمية الوليدة، فإن تحديد معالم وأطـر هـذا المبحـث الجديد بدأت بالظهور تدريجيا وبشكل ملتبس ومثير للجدل. فقد توزعت اهتمامات التخـصص على طيف واسع من المباحث الاكاديمية التي تتناول سياقات اجتماعية تظهـر فيهـا عمليـات الاتصال بشكل واضح ومركزي، وهذا النظام افرز مجموعة من الباحثين المهتمـين بعمليـات الاتصال الجماهيري والاتصال الثقافي (Cross-cultural)، والاتصال الـصحي، والاتـصال بواسطة التكنولوجيا، والاتصال التنظيمي، والاتصال التعليمي، واتصال الجماعـات الـصغيرة، والاتصال العائلي، والاتصال بـالزواج، والاتـصال بـين الاطفـال، والاتـصال الشخـصي (interpersonal)، والاتصال غير اللفظـي وغيرهـا مـن اشـكال الاتـصال الاجتمـاعي. (McGrath&Hollingshead ,1994).

الى جانب انظمة اكاديمية اخرى ركزت على على مجموعة منوعة مـن الوظـائف المتعلقـة بعمليات الاتصال، كالتواصل الاجتماعي، وحل النزاعات، والمفاوضـات والمـساومات، وقـد حضيت موضوعات الاقناع والتأثير الاجتماعي بنصيب الاسد من اهتمام وتركيز هذه البحـوث .وحتى نهاية الستينيات فإن معظم البحوث النظرية والمنهجية والتجريبية كانت موجهـة لفهـم عمليات الاقناع. فقد الف ماكواير عام 1969 كتابا بعنوان (المواقف و تغييرها) استند الى اكثر

عدد هائل من المراجع التي تعالج هذا الموضوع إضافة الى تلامذته الذين نوعوا اهتماماتهم ضمن هذا المحور بشكل ملحوظ (Contractor ,1994).

وأما لاحقا في الستينيات وفي الربع الاخير من القرن العشرين فقد ظهرت نظريات ومدارس تنظر عمليات الاتصال وابعادها الاجتماعية من منطلقات نظرية مختلفة كمدرسة فرانكفورت وما بعد الحداثة تناولناها بتوسع في مواقع اخرى من بحثنا هذا، ورأينا ان لا نستعرضها تحت عنوان (تخصص الاتصال) حيث البعد الاكاديمي لظهور هذا التخصص الاكاديمي وتوسعه في الولايات المتحدة الامريكية وجامعاتها التي نزعت منذ البداية لافراد هذا المبحث ضمن تخصص نظري وتجريبي مستقل هيمنت عليه بشكل اكبر النظرة الوظيفية.

وبانتقال دراسة الاتصال الى القرن الواحد والعشرين، فإن كل المقولات النظرية على تنوعها واختلاف منشأها دعمت هذا التخصص من غير شك ومكنته من الاستمرار. كما دفع ظهور تكنولوجيا الاتصال المتقدمة بحوث الاتصال عموما باتجاه توليد مقولات اضافية تسلط مزيدا من الضوء على مختلف انواع الوسائط الاتصالية الحديثة وأثرها البنيوي في عملية الاتصال وتأثيراتها العميقة في المنظومات الاجتماعية على المستوى التنظيمي والمعرفي والادراكي، إضافة الى اعادة تعريف المواجهة بين الاتصال الوسائطي والاتصال الوجاهي وانظمتهما وطبيعتها ولتؤسس لبحوث اتصالات المستقبل.

4- الاعلام الجماهيري (mass media)

يشير مفهوم الاعلام الجماهيري إلى ظاهرة اجتماعية ومؤسسة ضخمة مهتمة بانتاج وتوزيع انماط معينة من المعرفة على نحو واسع عبر العالم، ولها عدة خصائص منها استخدام التكنولوجيا المتقدمة للانتاج والتوزيع العريض للرسائل والمضامين ذات الصبغة الجماهيرية. وهذه المؤسسة تمتلك ايضا خاصية التنظيم العالي والتطبيع الاجتماعي لعملها، وإدارة وتوجيه الرسائل الى جمهور كبير مستهدف غير معروف للمرسل بشكل كامل وحر في ان يتلقى الرسائل او لا . ومؤسسة الاعلام الجماهيري هي بشكل اساسي مفتوحة تعمل في المجال العام وتقدم عدة قنوات للاتصال وبث الرسائل يتم هندستها بتأثير عوامل ثقافية وتقنية، وهي مسموحة اجتماعيا ومطلوبة من عدد كبير وكافي من الافراد (Curran,& Gurevitch, 1991).

جرت العادة لدى الباحثين على تأريخ ظهور الاعلام الجماهيري منذ صدور اول صحيفة حديثة معروفة. في وقت مبكر من القرن السابع عشر، والتي حينها كانت تطبيقا جديدا لتكنولوجيا الطباعة وعملها لأكثر من مئة وخمسين عاما في مجال طباعة النصوص الكتبية - نسبة الى

الكتب. وأما الانماط التكنولوجية المسموعة والمرئية للاعلام الجماهيري فقد تطـورت بـشكل متسارع منذ نهاية القرن التاسع عشر وهي قد خلقت نوعا جديدا مـن الاعـلام لنتكيـف معـه ووسعت مدى وصول الاعلام الى شكل غير مسبوق. وكذلك نوعت من طرق توظيف الاعـلام داخل المجتمع (McQuail, 1994).

هذا التاريخ من تطور الميديا (الاعلام الجماهيري) هو مسالة تتعدى تأريخا لمراحل التطـور التكنولوجي، او تعدد طرق واستخدامات الادوات التكنولوجية في وسائل الاتصال فحسب، ولكنها مسألة تشير الى الدور الكبير في التحديث الاجتماعي بشكل يفوق ما حدث على المستوى التقني. وهناك نقاط تحول في تاريخ الميديا حملت الكثير من التحولات الاجتماعية الكبرى. ولا يـزال تاريخ ظهور الصحافة هو الشكل الأول لهذا التحول كونه الوسيط الأول الذي يوضـح انمـاط التغير بشكل جلي. حيث ربط تطور وسائل الاتصال بظهور قوة طبقة البرجـواز (متخصـصو الاعمال المدنية). وهي الطبقة التي ارتبط اسمها بالنشاط الثقافي والسياسي والتجاري وقادت اهم اشكال التحولات التاريخية في اوروبا والعالم الحديث. (McQuail, 1994)

فهذه الطبقة لم تلبث ان اصبحت الاداة الرئيسية للصراع الاقتصادي والسياسي، وقامت بتحـول جذري في مجال التحرير الاقتصادي والديمقراطية الدستورية، وربمـا حتـى فـي الثـورات والمركزيات البيرقراطية. والتطور لم يعكس فقط تحولات المستويات الـسياسية والاقتـصادية وقواها الصاعدة ولكن شمل كذلك الصعد الاجتماعية والثقافية وما واكب هـذه التحـولات مـن حركة كبيرة للتمدن وهجرة الارياف وارتفاع متطلبات ومعايير الحياة ومستويات الرفاه. إضافة الى ظهور انماط واشكال اجتماعية متنوعة وجديدة داخل المجتمعات الحديثة تتميـز بـالتحرر والتنظيم العالي، وكذلك ظهور اشكال من البيرقراطية والنزعات القومية كنتيجة للتغير العام. ولم يحمل ظهور وسائل الاعلام الحديثة - بوجه خاص الافلام والراديو والتلفزيون - تحولا فـي مستوى الانتشار بل انه حمل تحولات كبيرة في اشكال الاعلان والترفيه واشكال التعبيـر عـن الثقافات (McQuail, 1994).

لقد ناقشت العلوم الاجتماعية المبكرة اشكال انعكاس وآثار الميديا على تلك التحولات التاريخية. وقد دهش الكثير من الباحثين لمدى وقوة تأثير الميديا على المجتمع. وقد انقسمت الرؤى بحـدة حول ما اذا كانت تلك التحولات هي تحولات بالاتجاه الصحيح ام انها تحولات هدامة وقد بقـي الانقسام بين فريقين من المتفائلين والمتشائمين في الاوساط الفكريـة والاكاديميـة حـول هـذه القضية. كما ميز هذا الانقسام كل الافكار التي قيمت اثر الميديا على المجتمع ولم يحجب هـذا الانقسام سوى واقع حتمية انتشار الميديا وتعقيدها في اوساط المجتمعات.

وأما الفريق المتشائم من المفكرين والباحثين فيعود جزء من تشاؤمهم الى استخدام كلمة جمهور (Mass) وهي كلمة تحمل نزعة تحقيرية لافراد المجتمع، حيث ترتبط بفكرة الـشكل الواسـع المجهول وغير المشخصن وذو الشكل الواحـد المتجـانس كمـا تـوحي بمحدوديـة التنظـيم واللاعقلانية. كما يتبنى فريق من المتشائمين وصف وسائل الاعلام بالأداة التي تستخدم للتلاعب بالافراد والجماعات، من خلال تهديدها للثقافة القائمة والقيم الروحية وللديمقراطية. ولكن الفريق المتفائل يرى ان الاعلام الجماهيري يشكل وسيلة قوية لنشر المعلومات، والتعليم والثقافات وهذا يشمل جميع الطبقات الاجتماعية التي كانت محرومة مـن المـشاركة الاصـيلة فـي العمليـة الديمقراطية. وحتى عام 1930 فإن وجهتي النظر هاتين كانتا مدعومتين بالنظريات ولكن فـي حينها لم تكن الكثير من البحوث والتحقيقات قد ظهرت بعد (McQuail, 1994).

وبدأت اول دفعة من البحوث والتحقيقات في مجال الاعلام الجماهيري تظهر في الفترة ما بـين منتصف الثلاثينات الى اواخر الخمسينيات من القرن الماضي، وقد افترض اغلبها تواضع اثـر الميديا مقارنة بالمقولات والافكار التي جاءت في حقبة العشرينيات، والتي تشير الى الأثر الكبير وغير القابل للمقاومة من قبل الجمهور كنظرية الحقنة والرصاصة وغيرها، وحتـى ان فتـرة الثلاثنينات تلك شهدت بعض المقولات النظرية التي تنكر وجود اي اثر للميديا علـى اتجاهـات الناس ومواقفهم الاجتماعية. وقد صدر عن هذه الحقبة بعض النماذج النظرية التي تستبدل اثـر الميديا الآني والمباشر بأثر غير مباشر وبطئ العمل معتمدة على مقولة : ان الميديا هي ايـضا خاضعة لذوق انتقائي ووعي ادراكي حسي لدى الكثيرين وذوق فني وثقافي. وكلها عوامل تميل الى تخفيف اثر الميديا على الاشخاص بل ربما ان اثر الميديا لن يكون سـوى محفـز لـبعض الاستعدادات اكثر من كونها تخلق النزعات لدى الافراد. ولهذا فهي لن تحمـل سـوى بعـض المحفزات لبعض النزعات الاجتماعية والفردية الموجودة في الاساس، ولهذا فالميديا لن ينظـر اليها كمؤثر خارجي مستقل. وقد حاولت هذه البحوث نفي الكثير من الافكار حول اسـتخدامات الميديا التآمرية لتحقيق بعض الاغراض السياسية او التجارية. وبعد بداية الستينيات فإن تقييمات جديدة لأثر الميديا بدأت بالظهور لدى المفكـرين والبـاحثين، وبـدت اكثـر قـوة واقناعـا. (Curran,& Gurevitch, 1991).

البحث الاول بالرغم من رسالته المطمئنة له إلا انه ترك الامكانية مفتوحة حول ما إذا كانت آثار الميديا يمكن ان تكون كبيرة تحت بعض الظروف والـشروط، أولا إذا كـان هنـاك ظـروف احتكارية او كان هناك مضامين موحدة للرسائل الاعلامية، والثاني يشير الى ان الرسالة مرتبطة بآثار غير آنية ومباشرة بل ان اثرها يبدو بعيدا وراء التجربة المباشرة. والثالث يقول ان هنـاك

اثرا تراكميا للرسالة المكررة عبر الزمن. ولهذا فإن اهتمام الباحثين انتقل من بحث الآثار الآنية والمباشرة والقصيرة المدى الى بحث الآثار طويلة المدى والبنى المتعلقة بملكية وسائل الاعـلام والبنى التي تتحكم بها، وعناصر الايدلوجيا والثقافة في الرسالة والنص الاعلامـي، والخبـراء والمؤسسات المعنية بضبط النصوص والوسائل الاعلامية وتصنيع المعرفة الآتية مـن خلالهـا (Curran,& Gurevitch, 1991).

لقد قيم الخبراء آثار الميديا الجماهيررية مؤكدين على ما يتعلمه الناس من الميديا، واهم الآثـار المتعلقة بالآثار المعرفية والادراكية بشكلها الواسع العريض، فربما نتعلم من الميديا ما هو عادي ومتفق عليه، وما هو خطأ او صواب، وما الذي يمكن لنا ان نتأمله ونتوقعه كأفراد او جماعات او طبقات، وكيف لنا ان ننظر الى الآخرين من الأمم او الجماعات. وبعيدا عن حجـم وطبيعـة تأثير الميديا على الناس، يمكننا ان نشك في امكانية اعتماد الافراد والمجتمع بشكل عـام علـى الميديا الجماهيرية كمصدر للمعلومات والثقافية الجدية (Curran& Gurevitch, 1991).

إذا كانت الميديا تلعب دورا رئيسيا كوسيط يشكل الكثير من العلاقات بين المجتمعات، فهي ايضا تلعب مثل هذا الدور الوسيط في مجال العلاقات الدولية، حيث ان تـدفق المعلومـات والثقافـة بطرق الميديا الجماهيرية تفعل الكثير في تأسيس وتأكيد عناصـر الادراك، سـواء للعـداء او التقارب، وكذلك علاقات الاقتصاد بين المجموعات والتكتلات والدول بـين الـشرق والغـرب والشمال والجنوب، على ان الميديا الجماهيرية ما تزال تحتفظ بالكثير من عناصر التفرقة بـين انظمة الامم. وزيادة العولمة للشبكة الخاصة بالميديا الجماهيرية الآن هو موضوع مهم يستقطب الكثير من البحوث.

ان تاريخ الميديا الجماهيرية يوصف بانه قصير، وزاخر بالاحداث، ولكن هذه الميديا بدت فـي مستهل العقد الأخير من القرن العشرين وكأنها على وشك خوض رحلة جديدة قد تغير العناصر الاساسية في شكل الاتصال الجماهيري عموما، واهم ملامح هذا الشكل الجديد تبدو فـي شـكل اصغر من الميديا التفاعلية وميديا الكابل والستالايت والكمبيوتر. حيث من الواضـح ان هنـاك خطوة كبيرة بعيدا عن الميديا المركزية وميديا الدمج الاجتماعي التوحيدية، ميديا تتجه الى اتساع التوزيع بشكل كبير والتنوع وغزارة المعلومات وتنوع الرؤى خلف المضامين الموجهـة الـى الافراد او المطلوبة منهم (McQuail, 1994).

الحواجز بين الاتصال الجماهيري والشكل الجديد لنقل المعلومات والذي بدأ بـالظهور، تبـدو كأنها تماهت مع ما يدعى اليوم بالشكل الظاهر لمجتمع المعلومات، ومع ذلـك فالقـضايا التـي صاغت النقاشات الاولى عن الميديا الجماهيرية ما تزال بشكل او بآخر ذات علاقة في الظروف

الجديدة، خاصة تلك التي تخص مساهمة الاتصال الجماهيري في المساواة او اللامساوة، النظـام والتغير، الوحدة والتشضي. بسبب وظائفها العامة، فعلى المستوى الوطني والدولي فإن الميديا لا يبدو انها قابلة لكي تتبدل من قبل الاشكال الجديدة للميـديا (new media) مـع ان طبيعـة الاستعمال وتوازناته ونوعيته سوف تتغير.

5- الاتصال الرقمي (Digital Media)

يمكن تعريف الميديا الرقمية بانها كل عمليات تخزين او بث او استقبال الداتا والمعلومات عبـر الوسيط الرقمي (الكمبيوتر) وهذا التعريف يستند الى المصطلحات التقنية، واما طبيعـة هـذه الاشارات فهي اشارات دقيقة يمكن تحميلها وفك رموزها من خلال تقنيـة اشـارات التـشغيل والاطفاء (on ,off أو 0 ، 1) المعتمدة في جميع الحواسيب الالكترونية. وهي عـادة ملايـين الاشارات تصدر بنفس الوقت. وأما المصطلح (رقمي) فهو يفهم عمومـا علـى انـه عكـس مصطلح (انالوغ) حيث ان ميديا الانالوغ تعتمد على التقنيات المتوفرة مثل تقنيـات الموجـات الصوتية او ترددات الضوئية والكهرومغنطيسية. اكثر مما تعتمد على تمثيل جميـع معلوماتهـا على شكل (بيت) او الشكل الرقمي. حيث مصطلح بيت له معنى تقني فـي علـم الكمبيـوتر والتكنولوجيا الرقمية. و(بيت) واحدة هي وحدة ذاكرة غير قابلة للاختـصار او هـي وحـدة معلومات، وهي دائما تعتمد حالات التشغيل والاطفاء (on &off) ممثلة من خلال الثنائيـة الحسابية (1 ، 0)على التوالي (Negroponte,1995).

ونستطيع القول الميديا الرقمية تعتمد في كل شئ على هذه التقنية سواء كانت ديسك الموسـيقى المليء بهذه الثنائيات الحسابية أو الايميل الشخصي الذي نتراسل من خلاله الى الشبكة العالميـة للانترنت بكل ملفاتها ووثائقها، وصولا الى البث الرقمي الصوري كل ذلك يعتمد نفس التقنيـة. وبالطبع فإن مستخدمي الميديا الرقمية يرون الصور ويسمعون الموسيقى ويقـرأون النـصوص عبر وسائل تستقبل وتفك الشيفرة الرقمية او لها القدرة على تشفيرها وارسالها. ولا ننسى هنا ان لهذه الوسائل القدرة على اعادة بناء هذه الداتا بشكل مثالي او قياسي، بالنسبة لمقاييسنا البـشرية وهذه الخاصية تتيح استيعابا سلسا لمجموعة من المعلومات غير المترابطة او غير المتصلة من الداتا. ومثال ذلك الصورة المشكلة من نقاط دقيقة تظهر على الشاشة وتتجمع النقاط بشكل سلس ومفهوم لتشكل انطباعا معينا، وكل مستويات الصور تعمل ضمن هذا المبدأ. ولذلك فإن تقنيات الدجتال (الرقمية) يمكن تمييزها على اساس من الارضية التقنية وبنفس الوقت فإن الكثير مـن هذه التقنيات هي متعددة الوظائف وتعمل لاخراج اشكال متنوعة مع انها تعود الى اساس واحد.

وكائنا ما يكون فإن اي شكل سواء كان نصا او صورة او صوتا يتصل ضمن هـذا المـستوى ببعضه البعض، من القرص المدمج الى تلفزيون (الاتش دي) الى الويب الى شريحة التلفون هي كلها تعتمد على المبدأ (الرقمي)، ومن هنا اصبحنا نطلق مصطلح رقمي على الآن على نـوع فريد من انواع الاتصال وهو يشكل ظاهرة لها علاقة وطيدة بالمجـال الاجتمـاعي وبالنظـام الفكري والثقافي وبالذوق الجمالي والاخلاقي (Negroponte, 1995).

هناك حقيقة ثابتة وهي ان كل حقائق الوعي لدينا وحقائقنا الثقافية مـن الـصورة والاصـوات والنصوص والاشارات يمكن تحويلها الى نفس الوحدات وتخزينها بنفس المنهجية، وكلها يمكـن التلاعب بها او تغييرها او تحسينها من خلال البرامج الحاسوبية ودفعها الى الانترنت وتوفيرها للافراد في المجتمع، واعادة تصنيع هذه المادة هو ممكن ضمن هذه المنهجيـة، فـي حـين ان تكنولوجيا الانالوغ لم تكن تتيح مثل هذه الامكانية. وهي كلها تعود الى نفس الوحدات الرقميـة التخزينية وتسلسلها الموحد، وهذا ما دفع الى القلق في اوساط المفكـرين الاجتمـاعيين، كـون الشركات المشتغلة بمجال تطوير الميديا الرقمية يتوقون الى مضاعفة ارباحهم وتضييق مجـال المنافسة للسيطرة على هذه الامكانية وما يحمله ذلك من اثر وتداعيات علـى نظمنـا الفكريـة والسياسية والاجتماعية والثقافية وتنوعها وبقائها بعيدة عن الضبط والسيطرة. وقابلية الوحـدات للتكرار في التخزين تتضمن كل اشكال التسجيلات والصور والحركات كل ذلـك دق نـواقيس الانذار لدى الكثيرين في الوسط الفكري، كون هذه الشركات تسعى دائما لتحقيـق اهـداف لهـا علاقة بمبدا التجارة والاحتكار، فإمكانية ترقيم هذه المعلومات تـساوي امكانيـة تـرقيم الارث الثقافي الانساني بكل اشكاله. وأما الجماهير فهناك ما يشير الى انهم يميلون الى اختيـار العـالم الرقمي بدلا من مشاركتهم في عالم الواقع وتفاعلهم مع الاشياء كما هي، والشعور بعدم الارتياح يكمن في ان كل شركة ربما ستسعى الى خلق عالمها المثالي الخاص بها وتسويقه للمـستهلكين في عالم تنافسي يسعى في النهاية للاحتكار، ومصطلحاتنا ومفاهيمنا واشكال اتصالنا الموحدة في هذا العالم والمتوفرة عالميا هي مهددة بشكل عام. الفكرة الرئيسة هي ان نتخيل عالمـا وثقافـة كاملة من المصفوفات الرقمية تحل كواقع بديل عن عالمنا الحقيقي الواقعي بكل مـا فيـه مـن اصوات وصور وتجارب حسية (Winston, 1998).

ويعتقد الكثير من الباحثين بالفكرة القائلة "أن الميديا الرقمية او الاتصال الرقمـي يـشكل حالـة مختلفة بشكل جذري عن اشكال الاتصال التي عرفت بالميـديا الجماهيريـة (mass media). وأن ظهور هذا النوع من الميديا بلا شك هو نقلة نوعية وسوف يستجر نوعـا مـن التحـولات الاساسية في التنظيمات الاجتماعية ، والسلوك والوعي الانساني (Winston, 1998).

احدى الفرضيات الرائجة والمحكمة لهؤلاء تركز على بعض التفصيلات التي تبـدو غيـر ذات اهمية، مثل فرضية (خدمات الدمج) او تقنيات الكمبيوتر التي تتيح خدمة سهلة وقريبة المنال، وهي خدمة دخلت مجال التطبيق في السنوات الاخيرة بعد ان كانت اشبه بحلم قبل عقـدين مـن الزمان واصبحت في متناول المستهلكين. انها الخدمة التي تقدم الاتصال التلفـوني والانترنـت والتلفزيون والراديو إضافة الى حزمة من الخدمات الترفيهية والاتصالية الاخرى المتنوعة مـن خلال جهاز واحد. أو من مصدر واحد، لقد ركزت التحليلات على هذه الامكانية وعلى وسيلتها وهي الجهاز الواحد، هذا التطور قد يبدو من الناحية التقنية مغريا ولكن يجب ان نتنبه للتداعيات والآثار السياسية والاجتماعية والثقافية علينا جميعا في عالمنا البشري (Negroponte,1995).

وبدون الخوض بعيدا في الجدال الذي اثارته هذه القضية المتعلقة بتقنية الدمج فقد انتهى كثير من الباحثين الى نهايات متباعدة كنتيجة لنقاشاتهم حول هذه التقنيات للثقافة الرقمية، ففـي المقلـب الاول نرى باحثين مثل نغروبونتي يعتبرون ان الاتصال الرقمي يشكل عاملا حاسما في المجال الثقافي والاجتماعي، وهو يعتقد بالفكرة التي تقول ان عصرنا الراهن ومستقبلنا سوف يكونـان منفصلين بحدة عن ماضينا، اي اننا سنعيش حالة من الوعي الاجتمـاعي والفكـري والثقـافي مختلفة بشكل نوعي عن تلك الحالة التي عشناها في الماضي، وسوف يكون هناك ما يشبه القطع المعرفي أو الانفصال المعرفي عن تلك الحالة التي تركتها التجربة الحسية والعيانية مع الاشياء، وأننا سوف نخوض تجربة رقمية حيث كل شئ قابل للتحويل الى ارقام ومصفوفات وتاتينا مـن مصدر واحد يشكل اداتنا الوحيدة للاتصال ونستخدم فيه تقنيات تعـود الـى احـدى الـشركات العملاقة التي تحتكرالعمل لتوسيع جمهورها وخلق مجتمعها الرقمي (Negroponte, 1995).

واما في المقلب الآخر فإن بعض الباحثين والمفكرين يرون ان الكثير من التقنيات غير الرقمية وتطبيقاتها سوف تقاوم وتبقى. وان تاريخنا لن يكون به ذلك القطـع المعرفـي الـذي يتخيلـه الآخرون، وذلك بسبب طبيعتنا الانسانية التي تتوق الى التجارب الحسية الواقعية وغيرهـا مـن عوامل الصراع الاجتماعي والبشري التي ستقاوم فكرة الاندماج والخضوع لشكل اتصالي موحد يتحكم به عالم التجارة والمال والشركات (Winston, 1998).

6-مجتمع المعلومات (Information Society)

مجتمع المعلومات هو مفهوم واسع استخدم منذ 1970 ليشير الى المستوى العريض من التغيـر الاجتماعي والاقتصادي المرتبط بالنمو المتعاضم لأثر تكنولوجيا المعلومات داخل المجتمعـات. وهو يسلط الضوء على الدور الذي لعبته تكنولوجيا المعلومات في طريقة عيش الافراد، وعملهم

وقضائهم اوقات فراغهم وتسليتهم. وأما اليوم فإن مفهوم مجتمع المعلومات يستخدم بكثرة وهـو منتشر بحيث تعددت استخداماته ودلالاته ولم يعد مفهوما ثابتا يمكن الرجوع اليه في اية فرضية علمية محددة. الصحفيون والعامة يستخدمون هذا المصطلح عادة للدلالة على مجموعـة اشـياء منها الاقتصاد المعلوماتي او المجتمع السلكي او ثورة الاتصالات او الثورة الميكروالكترونية، او مجتمع المعرفة (Dutton, 1987).

البعض يرى مفهوم مجتمع المعلومات من خلال نظرة متقادمة اكثر منها نظرة مـستقبلية، فـي اليابان واوروبا وكذلك امريكا فإن مجتمع المعلومات يدل على رؤيتها للقرن الواحد والعـشرين وكوسيلة لمساعدة صانعي السياسة المستقبلية للمبادرة لانشاء ودعم قطاع المعلومات في جميـع مستويات الاقتصاد المحلية والوطنية والاقليمية. في عام 1990 بادرت الحكومة فـي الولايـات المتحدة وبعض المنظمات الوطنية لانشاء بنية معلوماتية حديثة تمـت تـسميتها بـ ـ (super-information highway) او طريق المعلومات السريع (Dutton, 1987).

وأما علماء الاجتماع فيبدون اكثر اهتماما بدور تكنولوجيا المعلومات والاعلام والاتـصال فـي التطور الاجتماعي والاقتصادي، فمجتمع المعلومات كفكرة مركزية بنيـت علـى نـواة عمـل للاجتماعي الامريكي دانييل بل (1974) والذي ركز اهتمامه على فكـرة مجتمـع مـا بعـد الصناعة. وبل هذا ثبت مفهوم الاعلام والمعلومات كابرز ما ميز حقبة ما بعد الحرب العالميـة الثانية كلها على مستوى التكنولوجيا. مثلما كانت المواد الخام تشكل قلب التكنولوجيا في المجتمع الزراعي ومثلما شكلت الطاقة الروح للعصر الصناعي (Bell, 1974).

وبشكل عام فإن تكنولوجيا الاعلام تشير الى المعرفة عن كيف تدار وتستخدم المعلومـات مـن أجل انجاز هدف ذو طبيعة انسانية، وهذا يتضمن ليس فقط الوسائل المتقدمـة فـي تكنولوجيـا الكمبيوتر والاتصالات، ولكن تتضمن ايضا الوسائل المتقدمة في تقنيات ومهارات استخدام هـذه الوسائل لمثل هذا الهدف. وقد عرف بل الاتجاهات الرئيسية لما اسماه مجتمع ما بعد الـصناعة، حيث ركز على الولايات المتحدة كحالة مثالية . والاتجاه الرئيسي يتعلق بالمجتمع المعلومـاتي المتضمن نموا كبيرا في الوظائف الخاصة بقطاع المعلومات، وارتفـاع الاشـغال والـصناعة المتعلقة بقطاعات الانتاج والنقل وتحليل المعلومات، وزيادة مركزيـة المـدراء والتكنولـوجيين والمتخصصين المهرة في مجال استخدام المعلومات والتخطيط، وكذلك التقـدم فـي تحلـيلات صناعة القرار (Bell, 1974).

وأما الاتجاه الأكثر بروزا فهو انتقال غالبية العمالة في المجتمع من الزراعة (القطاع الاولـي) والتصنيع (القطاع الثاني) الى قطاع الخدمات (وهو القطاع الثالـث). فـالنمو فـي اعمـال

المعلومات يسهم بالضرورة في نمو قطاع الخدمات. وتشمل اعمال المعلومات طيفا واسعا مـن الوظائف، تبدأ من المبرمجين ومهندسي البرمجيات الى مدرسي وباحثي هذا المجال. والنمو في قطاع المعلومات لا يتضمن انتقال القوة العاملة من قطاعي الزراعة والصناعة فقط بل ان هذين القطاعين سوف يستغنيان عن عدد كبير من العاملين بسبب نمو برمجيات العمل والادارة وتطور تقنيات قطاعي الصناعة والزراعة بسبب تقنيات المعلوماتية والاتصال (Bell, 1974).

وأما النزعة الثانية التي تميز مجتمع ما بعد الصناعة او مجتمع المعلوماتية، فهي زيادة اهميـة المعرفة التي تتضمن المعرفة النظرية والمنهجية التقنية وبرمجياتهـا فـي ادارة المؤسـسات الاجتماعية والاقتصادية . المعرفة والتقنية مثل نظرية الانظمة وعمليات البحـوث، والتـصميم والمحاكاة، والخطط المعقدة الهامة وانظمة التخطيط والادارة ومنظوماتها. والتـي عينهـا بيـل كمشكلة مركزية في حقبة ما بعد الصناعة. وبالنسبة له فإن مستوى التعقيد فـي هـذا المجتمـع وحجم الانظمة الاجتماعية والاقتصادية الناشئة فيه يتطلب بصيرة نوعية اكثـر ممـا يتطلـب الملكات الانسانية التي كانت معتمدة في ادارة المجتمـع الـسابق حيـث المـسوح والتجـارب والمنهجيات القديمة.(Bell, 1974).

وهناك اتجاه ثالث تحدث عنه داتون في مجتمع ما بعد الصناعة (مجتمع المعلومات) يتمثل فـي انتقال وتحول النفوذ والسلطة، حيث ان نمو وبروز طبقة من المتخصصين والاداريين المهرة (عمال المعرفة) ـ وهم الافراد الذين يستطيعون فهم طبيعة العمل مع المعرفـة المعلوماتيـة. وانظمة المعلومات والمحاكاة وتقنياتها التحليلية ـ هؤلاء سيشكلون الحلقة الاهم في صنع القرار وعملياته في مجال النمو المركبة (Dutton,1987:12–33). ولهذا فإن القوة المتعلقة بالخبراء سوف تظهر مع ظهور مجتمع المعلومات.

بالرغم من خصوصية واستمرار استخدام مفهوم مجتمع المعلومات، يبقى ان نقول ان ليس هناك اجماع حول تعريف هذا المفهوم. او تحديد اذا كنا فعلا نعيش في مجتمع معلومـاتي. فالجـدل حول الاتجاهات والبنى التاريخية لمثل هكذا مجتمع يستمر في اوساط العلوم الاجتماعية. ونقـد نظرية بيل يركز على تعريفه لتكنولوجيا المعلومات ودورها المركزي في عمليات تغير المجتمع خاصة في البنى الخاصة بالمهن والتنضيد الاجتماعي وتسببها في تغير حتمـي فـي المجتمـع. وسواء كان ذلك تبسيطا او تسطيحا لنظرية مجتمع المعلومات وفرضياتها، إلا انها قـادت الـى تغير نقاط التركيز بالنسبة للكثير من البحوث في العلوم الاجتماعية. فلم نعد ننظر فقط الى مـا يتظمنه التغير التكنولوجي من أثر اجتماعي ولكنه يأخذ بالاعتبار العوامل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي حددت وصممت طريقة استخدام تكنولوجيا المعلوماتية والاتصال.

7- الحضور (Audience)

مفهوم الحضور او (Audience) هو مفهوم يستخدم للدلالة علـى كتلـة مـن المـشاهدين او المستمعين لوسائل الاعلام الجماهيرية (الميديا) وهو مرتبط بهذه الوسائل، ومفهـوم الحـضور عموما مفهوم ملتبس في الاستخدام والدلالة مع غيره من المفاهيم مثل مفهوم الجمهور(mass)، وقد بقي مفهوما اشكاليا لفترة طويلة من الزمان، فقد استخدم في تاريخ البحوث ضـمن سـياقين متناقضين، الاول يقرن مفهوم الحضور بوسائل الاعلام (الميديا) ويركز على قوة تـاثير هـذه الوسائل بل على دورها في صنع ذلك التكتل البشري المسمى (Audiende) وتشكيله. والثاني يركز على الخصائص المقاومة لدى تلك الكتلة من الجمهور. وربما الفارق الوحيد في اسـتخدام مفهومي (audience) و(mass) يكمن في الحجم حيث ان مفهـوم الجمهـور (mass) يحمـل بعض الاتساع وضعف التنظيم، وعلى كل حال لقد استخدم المفهومان بالتبادل والتناوب لدرجـة كبيرة وكلاهما يحمل عناصر الارتباط بالميديا وضعف التنظـيم والـسلبية وسـهولة التهيـيج والتوجيه بالمضامين التي تبثها الميديا وكلاهما يقف على النقيض من مفهوم (Society) وهـو الشكل الاجتماعي الذي يملك بنية متماسكة ومنظمة وذاتية الحركة اضافة الى ضعف الارتبـاط بالميديا (Grossberg 1989,19).

وكمفهوم متعدد الاوجه ، فإن Audience مصطلح يترجم غالبا في اللغة العربيـة الـى كلمـة جمهور وهي الكلمة التي سنستخدمها للدلالة عليه وعلى مصطلح(mass).

ولا يرتبط مفهوم الجمهور(Audience) بمشهد من المعاني والاعتقادات والمواقف لدى افراد كتلة بشرية من المتابعين لوسائل الاعلام فحسب ولكنه ايضا يرتبط بخيارات السلع، والعلاقـات الاجتماعية والخبرات، والضغوط وانماط السلوك، والمنظمات. وفي الحقيقة الشئ الذي يمكن ان نستنتجه هو ان المفهوم (الجمهور) هو غير مبني بشكل واضح. لدرجة يمكن لنا معها القول ان هذا المفهوم ما يزال يستخدم في مجالات متعددة وفي سياقات مختلفة ولاغراض متنوعة. وفي هذا السياق سوف نستعرض بعضا من الجينيالوجي (الاصل) لهذا المفهوم، مهتمـين بالجانـب الذي يتحدث عن المفهوم كتكتل بشري هو أثر او نتيجة لشكل او طريقة من طرق الاسـتقبال لوسائل الميديا ومن خلال منهجيات مختلفة (Ellis,1982).

لقد شهد اواخر العقد الثاني من القرن العشرين تزايدا كبيرا فـي الدراسـات الاكاديميـة عـن جماهير الميديا، مثل تلك البحوث التي اجريت على موضوعات تأثير الافلام المتحركـة علـى الصغار كمثال. وقد قاست هذه الدراسات بمقاييس احصائية الكثير من الاشياء المتعلقة بمستويات مشاهدة الاطفال للافلام او علاقة النوع الاجتماعي (الجندر) بتفضيلات المشاهدة او الاسـتماع

لانواع المضامين الاعلامية بين متغيرات عدة. او الاهتمـام بـأثر الأفـلام الـضار وعلاقتـه بمتغيرات العمر لدى المشاهدين مثل الاطفال او المراهقين واستخدم مفهوم الجمهور (audiece) ليدل على نشاطات ما اطلق عليه حينها بـ (المجموعات غير المحصنة) كالاطفـال والنـساء والمهاجرين. واستخدم هذا المفهوم في سياقات سلطت الضوء على المغـزى غيـر الاخلاقـي للسينما. وقد تركزت النقاشات حول القلق من القضايا السياسية الناجمة عن الهجـرة، الفـساد الاخلاقي المدني، وتغير العادات الاجتماعية. ولحد ما فإن السينما وجمهورها مثلت كبش فـداء بنظر الكثير من الباحثين لكل ما يعبر عن الآثار الهدامة للمدنية والحداثـة بمفهومهـا المـنظم والحضاري (Ellis,1982).

ان ظهور صورة الجمهور(mass, audience) ترافقت وتزامنت وتطابقت مع ظهور صـناعة الافلام الامريكية في منتصف الثلاثينات. وبقيت هذه الصورة مهيمنة بين الحـربين الكـونيتين الاولى والثانية. وقد اعتقد الكثير من الباحثين في الميديا حينها بأن التمدن والتـصنيع يخلقـان مجتمعا من الافراد المغتربين وغير المتجذرين وغير القادرين على الدفاع عـن انفـسهم ضـد هجوم الميديا ومضامينها خاصة وان حياتهم غير مثبته بمراسي العلاقات الاجتماعية المـا قبـل صناعية (Ellis,1982).

وبهذا المعيار فقد نظر الى الجمهور في ظل انعدام المؤسسات الاجتماعية الضامنة، وهو معيار يشبه معيار نظرية (الحقنة) أو (الرصاصة) حيث يستخدم مفهوم الجمهور كحالـة غيـر هـشة وغير قادرة على الدفاع عن نفسها وباضعف حالاتها امام الميديا التي تـشبه الرصاصـة فـي تأثيرها القوي وفي قدرتها على التوجيه والتنميط للافراد بأثر فوري وقوي وغير قابل للمقاومة. وفي هذا النموذج من الاتصال فإن الجمهور (Audience) سلبي ومشتت وهو اشبه بقرد سيرك يتم تحريكه من قبل مدربه. وهذا التعريف للجمهور استحضر ايضا في الخمسينات والـستينات في نموذج تاثيرات الميديا الذي طوره اعـضاء مدرسـة فرانكفـورت، مـاركيوز، ادورنـو، هوركهايمر، وغيرهم، والذي ترك مساحة ضـيقة لقـدرة الجمهـور علـى مقاومـة الميـديا (Ellis,1982).

واما في سياق البحوث الامريكية في الاتصال الجماهيري فـي اواخـر الاربعينـات واوائـل الخمسينيات وبعد انتهاء الحرب العظمى، فقد تم هجر فكرة التأثير القوي للميديا لصالح نمـاذج نظرية اقل اصولية واقل حتمية. وهي بحوث لها علاقة بتغيير اسئلة الباحثين حول طبيعة تاثير وسائل الاعلام، حيث تحولت الى اسئلة تدور حول سياقات الاستخدام لوسائل الاعـلام، وعلـى النقيض للجمهور السلبي لنظرية الرصاصة والحقنة، فقد ظهر لدينا هنا جمهورا نـشطا وفعـالا

وذكيا وانتقائيا بشكل ملحوظ في مجال استخدام افراده لوسائل الاعلام، بسبب بحث هؤلاء عـن اشباع الكثير من الاحتياجاتهم النفسية والاجتماعية. وظهرت الكثير من الدراسات التي تؤكد هذه الخواص لدى الجمهور، وهي تلك الدراسات المبكرة التي تـصنف ضـمن دراسـات التـأثير المحدود، مثل دراسة هيرتا هيرزوغ 1942 حول استجابات المرأة لبـرامج الراديـو اليوميـة، ودراسة برنارد بيرلسون 1945 حول ردود فعل الناس حول اضـراب اسـبوعين لمـوزعي الصحف في نيويورك (Ang, 1991).

ومن خلال استخدام المقابلات المكثفة والاستبيانات العامة، فإن باحثي هـذا الاتجـاه قـد رأو استهلاك الجمهور لمواد الميديا كما عبر عنه اعضاء الجمهور انفسهم. وعموما فبعد ان تغلبـت اسئلة الاستخدام والوظيفة على اسئلة (كيف كان تأثير الميديا وفهم الناس لها من خلال النصوص المبثوثة) فقد ظهرت مثل هذه النتائج التي تقلل من وطأة تاثير الميديا على الجمهور. وعلى كـل حال فقد تعرض نموذج الاستخدامات والاشباعات للنقد لانه نموذج فردي بشكل ملحـوظ وقـد صور الكثير من الآثار على انها نماذج لميول نفسية وشخصية أصيلة لدى الافراد وليس لبرمجة ايدولوجية تعمل وسائل الاعلام على تعزيزها، وعلى عكس هذا النموذج فإن نموذج الجمهـور الذي طور لاحقا في ظل الدراسات الثقافية اظهر تميزا علـى المـستوى المعرفـي والنظـري والسياسي(Ang, 1991). وهو ما توسعنا في شرحة بمواقع متعددة من هذا البحث.

الفصل الثاني: موضوعات محورية

1- التلفزيون
2- التلفزيون الحديث (الفضائيات) .
3- التسلية عبر التلفزيون، البرامج الرياضية كمثال
4- النظام الاعلامي العالمي - هل هناك امبريالية اعلامية
5- الانسان العربي والانترنت
6- رفيق نصر ا : واقع الاعلام العربي

مقدمة :

لقد ارتأينا ان نقدم في هذا الفصل جانبا مهما من ملامح قراءتنا النظرية ورؤيتنا الفكرية من خلال استعراضنا لعدد من العناوين والموضوعات المهمة التي قصدنا من خلال طرحها الدخول الى فهم اعمق لموضوع دراستنا هذه. وقد تناول هذا الفصل عناوين عدة تركز على ابرز وسائل الاعلام الحديث التي لعبت دورا محوريا في احداث التحولات الاجتماعية العميقة التي نحن بصدد دراستها. وقد اشتملت هذه العناوين على دراسة التلفزيون بمفهومه الكلاسيكي كجهاز ساهم في الكثير من التحولات على مستوى الاسرة والمجتمع. والتلفزيون بمفهومه الرقمي الحديث أو محطات البث الفضائي وما احدثته في فترات قياسية من آثار البنى الفكرية والسلوكية لمختلف شرائح المجتمعات الانسانية،وكذلك تناول عنوان التسلية عبر التلفزيون الوجه الأكثر بروزا لعمل البث التلفزيوني ضمن الاطار الاجتماعي والثقافي للجماهير ثم استعرضنا عناوين وموضوعات ذات طبيعة فكرية تناقش مجموعة من الطروحات حول مدى امبريالية الاعلام وطبيعة الدور الفكري والايدلولوجي المنوط به اضافة الى تعريجنا على عناوين معاصرة تتعلق بساحتنا العربية حول الانسان العربي وطبيعة تفاعله مع وسيلة من اهم وسائل الاتصال الحديث وهي الانترنت وختاما استعرضنا آفكار بعض الاعلاميين العرب الذين حاولوا تقديم قراءة نقدية معمقة لواقع الاعلام العربي من منظور نظري رادكالي الطابع.

1 - التلفزيون

عندما نشأت ثقافة الشاشة التلفزيونية أثرت في الداينميات والعمليات الاجتماعية بشكل كبير وراديكالي وهذا برأي الكثير من الباحثين في مجال الاعلام والمجتمع، وهناك نتيجتان عامتان يمكن الحديث عنهما فيما يتعلق بأثر ثقافة التلفزيون في العمليات الاجتماعية، الأولى تتعلق بالدور الذي يعلبه التلفزيون في صناعة اسلوب الحياة (life style) لدى افراد المجتمع حيث تعمل الشاشة التلفزيونية وثقافتها على تضييق التنوع في اسلوب الحياة لدى الافراد. وهذا ما يمكن ملاحظته بسهولة من خلال المستوى المتعلق بنوع البرامج اكثر منه بالمستوى المتعلق بالتلفزيون كظاهرة، والثاني يتعلق بمستوى المشاركة الاجتماعية فيما يخص جمهور التلفزيون عند مقارنته بجمهور السينما او المعارض الفنية او المسرح. وهذا ما يجعل التلفزيون يحتل مكانا سلبيا فيما يتعلق بانتاج الرصيد الثقافي للمجتمع، وهو الرصيد الثقافي الذي يقوم على مستوى مشاركة الافراد في الانشطة الاجتماعية عموما. وعلى كل حال فيمكن التفريق بين عدة حالات لمشاهدة التلفزيون، فإما عدم مشاهدته مطلقا او مشاهدته بشكل مفرط او مشاهدة القناة

الصحيحة وبالطريقة الصحيحة او لأهداف جدية، مقابل مشاهدته لأجل المشاهدة وقضاء الوقـت وكلها عوامل تدخل في طبيعة تأثير التلفزيون بشكل عام ضمن الحالة الاجتماعيـة وعملياتهـا الداخلية. فأن يجعل الانسان بينه وبين هذا الجهاز مسافة بدلا من الانغماس الكلي بمشاهدته يمكن له ان يجعل منه رصيدا ثقافيا في المجتمع. ويشير مايك ميتشيل الى مجموعـة مـن الحـالات الاجتماعية السلبية التي من الممكن للتلفزيون ان يساهم في خلقها لدى الافراد، فلدينا ما يـسميه بالجسم المعتل (اشارة الى الآثار الصحية السيئة للمشاهدة) واثر ذلك على الموارد الاجتماعيـة ولدينا ما يعرف بالجسم العازف عن الانتاج وهو المتعلق بالمشاهد المـشدود الـى التلفزيـون لدرجة التهائه به وعدم خروجه للعمل. وكذلك لدينا ما يعرف بالجسم غير المثقف الذي يعتمـد على ما يقدمه التلفزيون من المواد فيمتصها كالاسفنجة على حساب بناء علاقة ذكية مـع مـواد التلفزيون. وأخيرا هناك ما يعرف بالجسم غير المدني او غير النشط اجتماعيا حيـث يفـرض التلفزيون نوعا من انغماس الافراد بالتسلية داخل المنزل، الامر الذي يتطلب نوعا مـن العزلـة تأتي بديلا عن الانخراط في النشاط الاجتماعي المدني لدى الأفراد. وهنا لا بـد مـن التـذكير بالنسق الفكري والاخلاقي الذي نظم المجتمعات الغربية الكلاسيكية مسترشدا بالارث الكـانتي، حيث تجلى ذلك بتلك اليقضة التي نبهت الافراد الى السيطرة علـى رغبـاتهم ونـزواتهم فـي الانغماس بالترهل والتبطل والدعة والشهوة (Michael, 2000: 106).

وهذا يفسر ايضا ما يحدثه هذه الايام ما يعرف بتلفزيون الواقع ضمن اوساط الطبقة المتخصصة والتنفيذية في المجتمع، فهو ينتهك عنصرين من عناصر العلاقة التربوية التي تحكم علاقة هـذه الطبقة بالتلفزيون، الاولى تلك العلاقة مع الاشياء الواقعية في عالمنا حيث يختلق التلفزيون بشكل تام عالما يتم تصنيعه بالكامل وتقديمه على انه الواقع، وهي مجموعة مختلقـة مـن العلاقـات والاوضاع التي تقدم على انها الواقع. وهو يقدم بهذه الطريقة بديلا عن الواقع الـذي يجـب ان نعقد معه تلك العلاقة الحقيقية، ذات الصبغة التربوية، وتلفزيون الواقع يزعزع تلك العلاقة مـن منظور تربوي عبر مسرحة الواقع ضمن سيناريوهات مفبركة ومصنوعة للترفيه، ولا تحتمـل أي نقاش اجتماعي يعود بالنفع على ثقافة للمجتمع(Wood& Skeggs, 2008, 181).

المسألة الثانية وبشكل اكثر اهمية فإن تلفزيون الواقع يشكل عمله لكي يجعل من الواقـع ومـن حياة الناس عبارة عن دراما مفبركة تقنع الافراد بأنهم يمكن ان يحققوا النجاح او الفشل بمقـدار ما يمتلكون من الموارد الثقافية والعاطفية المطلوبة للحركة بشكل سهل داخل الفضاء الاجتماعي العجائبي الذي يخلقة تلفزيون الواقع، وهو يكرس دائما تلك الصورة لمجموعـة مـن الافـراد المتنافسين الذين يمتلك بعضهم بعض الموارد الثقافية والسلوكية اكثر من الآخرين وهذا ما يجعله

يفوز بالنهاية (Wood & Skeggs,2008,186). وهذا يعني بالنهاية ان مـن اسـباب فـشل الطبقة العاملة في احتلال مواقع الطبقة المتوسطة في المجتمع التي تمتلك قيادة نفـسها وعكـس نفسها داخل الثقافة بينما الطبقة العاملة لا تعود تمتلك مثل هذه القدرات وهي قدرات ضـرورية لتشكيل اي طبقة داخل البناء الاجتماعي، وبالتالي فإن ذلك قد يؤدي الى تهاوي حـدود الطبقـة وعدم وعيها بذاتها او انسلاخها من ذاتها وهو ما قد يقوض البناء الاجتماعي الطبقي للمجتمـع. وبشكل عام فإنه عند مقارنة الفن التصويري بالميديا الالكترونية الاستهلاكية وخاصة التلفزيـون فإن الثانية تساهم بشكل ضعيف في مراكمة وبناء رأس المال الثقافي لاي ثقافة. وذلـك بـسبب غياب المشاركة الفردية في المناسبات الاجتماعية فيكفي ان تحضرها على شاشة التلفزيون. فيما الرقابة المؤسسية التي تحكم النشاطات في ميادين الفن، في المتاحف والمعارض، هي غائبة في ما يتعلق بما يقدمه التلفزيون، فالتلفزيون لم يشكل بعد مكانا لعمل رأس المال الثقافي المؤسسي.

2- التلفزيون الحديث (الفضائيات)

يعود اهتمام علماء الاجتماع بالتلفزيون الى وقت مبكر يعود ربما الى السنوات الأولى لبدء البث التلفزيوني في الدول المتقدمة، ونحن نشير فقط هنا الى دراسات عديدة عن علاقـة التلفزيـون بزيادة معدلات العنف لدى الأطفال حيث لفتت هذه الظاهرة انظار الكثير من الباحثين خاصة في النصف الثاني من القرن الماضي، ففي 67 دراسة اجريت ما بين عامي 1956 ـ 1976 تبين ان هناك رابطة قوية في 75 % من الدراسات بين مستوى العنف المعـروض فـي البـرامج التلفزيونية من جهة وبروز نزعة عنفية واضحة لدى الأطفال من الجهة الأخرى، في حـين ان 20% فقط منها لم يثبت علاقة واضحة بين المتغيرين بينما قالت 3%فقط منهـا اشـارت الـى العكس، اي ان مشاهدة البرامج التلفزيونية تقلل من العنف الممـارس فـي اوسـاط الاطفـال (Anderson,1977,41).

وإذا انتقلنا الى موضوع تغطية الاخبار في التلفزيون عموما فقط بينت الكثير مـن الدراسـات التلفزيون شكل بديلا سهلا عن قراءة الصحف بالنسبة للملايين من الناس وأنه ومنذ فترة مبكرة اصبح المصدر الرئيسي لهؤلاء في اطلاعهم على ما يدور في العالم من احداث، وتتفق الكثيـر من الدراسات على ان التغطية الأخبارية لمحطات التلفزة عموما لم تكن فـي أحـسن حالاتهـا تقتصر على مجرد نقل هذه الاحداث بصفة محايدة بل انها شكلت في طريقـة ادائهـا ولغتهـا ومضمونها حالة منحازة وغير موضوعية وتنقل الاحداث من خلال اجندات وسياسات جعلتهـا

تركز على بعض الجوانب وتغفل الأخرى او تلجأ الى الانتقائية في تركيزها واهتمامهـا بهـذه الاحداث من خلال عملية تحرير دقيقة او عملية معقدة للانتاج (Harison ,1985).

وربما يمكن اعتبار تطور الفضائيات وانتشارها هو الحدث الأهم في تطور وسـائل الاعـلام خلال العقود الخمسة الماضية بعد انتشار الانترنت. وتشير بعض الاستقراءات ان الزمن الـذي ستقضيه اجيال المستقبل في مشاهدة التلفزيون سوف يزيد عن اي نشاط حيوي اخـر مـا عـدا النوم، هذا اذا عرفنا ان معدلات مشاهدة التلفزيون في دول اوروبا وامريكا هي معدلات عاليـه في الوقت الراهن حيث تزيد معدلات المشاهدة عن خمس وعشرين ساعة خلال الاسبوع، وهي اكثر من ذلك في اوساط كبارالسن والاطفال بين الرابعة والخامسة عشرة وكذلك النساء. وهـم يشاهدون مختلف البرامج الجادة والترفيهية التي تتحكم بانتاجها شركات تجارية كبرى تـشكل شبكات تسيطر على جميع مستويات البث والانتاج التلفزيوني، مثل شركات سي ان ان ، اي بي سي، ان بي سي، سي بي اس، اضافة الى بي بي سي البريطانية. رغم ان هذه الاخيـرة هـي مؤسسة عامة لكنها تتمتع ببعض الاستقلال النسبي. وأما بلدان العالم الثالـث فـإن الحكومـات والقوى الاقتصادية والسياسية ما تزال تسيطر على قطاع الشركات الفضائية رغم ما نشاهده من محاولات للقطاع الخاص تحاول الدخول في هذا المجال.

وتشير بعض الاحصاءات ان ما يزيد عن 70 % من قنوات التلفزيون العربية ما تـزال تحـت اشراف الدول العربية وهو ما ينعكس على مضامين المادة الاعلامية التي تقدمها هذه القنـوات فهي تغطي الاخبار الرسمية وتعطيها الأولوية في حين لا تفرد ايـة مـساحة لهمـوم النـاس ومعاناتهم (تقرير التنمية الانسانية العربية،2003).

3- التسلية عبر التلفزيون (البرامج الرياضية كمثال)

قليلة هي البحوث التي تناولت ما درج تعريفه تحت تسمية التسلية في البـث التلفزيـوني، وقـد اعطت كلمة تسلية (intertainment) غطاءا من الشرعية للكثير من ما يبـث عبـر شاشـات التلفزة، كما اعطت نوعا من الطمأنينة الخادعة وطمس الآثار غير المباشرة لكل ما يقدم تحـت هذا العنوان الذي يضم طيفا عريضا من البرامج التي تشمل البرامج الرياضية علـى اختلافهـا والكثير من برامج المسابقات والدراما وبرامج اخبار النجوم وغيرها مما يقدم على انـه يحمـل مضمونا ترفيهيا بحكم ان الترفيه والتسلية هي حاجة انسانية لا بد من اشباعها.

ونحن هنا لا نريد ان نتوسع في بحث هذا الموضوع، ولكن لا بد استعراض عابر لبعض الآثار والابعاد الاجتماعية لما يقدم تحت عنوان التسلية والترفيه والمتمثلة في نوع واحـد منهـا هـو

البرامج الرياضية، وذلك لمجرد الاشارة الى الآثار الاجتماعية والثقافية العميقة التي تحملها هذه المضامين التي بقيت بعيدة عن البحث لفترة طويلة من الزمن.

هل من الممكن ان نصدق ان البرامج الرياضية تحمل مضامين لهـا علاقـة ببنـاء الهويـات الاجتماعية والهويات الجندرية او العرقية داخل المجتمـع، هـل للبـرامج الرياضـية علاقـة بالايداوجيا التي تهيمن على افكارنا. هذا ما تناولته الكثير من الدراسات الحديثة فـي الولايـات المتحدة وغيرها، فكثير من هذه البحوث يفترض ان تغطية التلفزيون للمباريات الرياضية تلعـب دورا في بناء الهويات حول الجندر والعرق والأمة. والبحث في علم اجتماع الرياضة اظهر ان الرياضة المتلفزة تعيد انتاج الايدولوجيات الابوية والعنصرية من خلال الصور النمطيـة التـي تبثها ويستقبلها ملايين المشاهدين منا بلهفة كبيرة.

وقد اعتمدت معظم هذه البحوث على الصور النمطية (stereotype) التي تبـرز مـن خـلال المشهد العام للتغطية التلفزيونية للمباريات الرياضية والمنافسات في هذا الميدان على اختلافهـا، وقد افترضت معظم هذه التحليلات ان هذه الصور النمطية انما تعمل بشكل غير مباشر وربمـا بغير وعي من المشاهدين على بناء هوياتهم الجندرية او العرقية او الايدلوجية عمومـا وذلـك استنادا للكثير من النظريات المتعلقة ببناء الوعي والهوية الثقافية كمركب مازم للافراد. وبينـت هذه البحوث ان محطات التلفزة لا تخرج عموما عن قاعدة واحدة تنظم عملها في هذا المـستوى وكأنها تلتزم بتقليد واحد منظومة قيمية محافظة (Baughman, 1995)،

وقد بينت دراستان منفصلتين لباحثين أمريكيين أن هذه التلفزيونات مثلا تقوم بتهميش الرياضة النسوية بطريقة تزيد من التهميش المؤسسي للمرأة في الرياضة من خلال عدة تقاليد. منهـا إن حجم التغطية للرياضة الذكورية تتجاوز بشكل كبير تغطية الرياضة النسوية. وحجة المحطـات التلفزيونية في ذلك ان هناك عددا محدودا من افراد الجمهور يهتم بمثل هذا النوع من الرياضة، متناسية انها تبث الكثير من الصور النمطية التي تسخف الرياضة النسوية عموما وتميـل الـى ربط هذا النشاط سواء كان فرديا او جماعيا بالرجال (Boyd, 1997). ويبرز عمـل الـصور النمطية الخفي في طبيعة تغطية النساء الرياضيات، فبشكل او بآخر يجب على المرأة الرياضـية حتى تحضى بالتغطية ان تتطابق صورتها الجسدية مع الصور النمطية للانوثة فـي المجتمـع، ومن تقع خارج هذا التوصيف فإنها لن تحضى بأي تغطية تذكر، ففي الثمانينات شهدت كل من الرياضية (كاثرين ويت) و(فلورنس غريفيث) تغطية واسعة من قبل ميديا الرياضة في الولايات المتحدة بسبب تحقق بعض الشروط الجسدية في هاتين اللاعبتين وهـي شـروط بعيـدة عـن الشروط المتعلقة بالرياضة التي يمارسنها. ولم تكتف المحطات بتغطية انشطة هاتين اللاعبتـين،

بل ان تغطية حياتهما الشخصية والعائلية طغت على المشهد العام للتغطية، وعند مقارنـة ذلـك بطبيعة تغطية نجوم الرياضة من الذكور نلمس الفرق حيث ان حياتهم قـد لا تـستقطب نفـس الاهتمام بحياة لاعبتين من الإناث صادف انهما جميلتان او مثيرتان او تتطابق صورهما الجسدية مع الصور النمطية في المجتمع للانثى المثيرة. ونحن هنا لا نتحدث عن حالـة بعينهـا ولكننـا نتحـدث عـن ظـاهرة نمطيـة فـي التغطيـات التلفزيونيـة للرياضـة الانثويـة عمومـا (Baughman,1995).

يضاف الى ذلك فإن القيمة التي يتم التركيز عليها والتي ارتبطت بالرياضة، هي تلك القيمة التي تعلي من مرتبة القوة والقدرة على التحمل والتنافسية والروح القتالية، وهي تتطابق مع الـصور النمطية للرجولة. وأما نجمات الرياضة من الاناث واللاتي يحضين باهتمام اكبر انمـا اولئـك اللاتي يحققن اوسع تطابق مع التعريف التقليدي للانوثة، وهو ذلك المتضمن لمجموعة من قيم الرقة والرشاقة والتناغم (لذلك تحضى بطلات الجمباز والتنس او التزلج الفـردي او الـرقص المائي) باهتمام اوسع. ومن هنا يمكن ملاحظة هذه الممارسة التي تضع الرياضة الذكورية في موقع الشئ الطبيعي اوالمرجعي (Boyd, 1997). بينما تحتل الرياضة النسوية موقـع الـشئ (الاستثنائي او المؤقت أو غير الطبيعي) وهذا يدعم التباين في النظرة العامة بـين الرياضـتين الذكورية والانثوية وهو ما ينعكس بالتالي على نسب الاهتمـام العـام والمتابعـة التلفزيونيـة للرياضات الانثوية ، والتي تترجم على شكل ارقام ونسب متابعة وعائدات مادية على المحطات التلفزيونية . (Baughman,1995).

وتتعدى المسألة التصنيف القيمي الاجتماعي للجندر أو الصور النمطية، ففي قراءة تناولت احـد اشكال التغطية التلفزيونية لإحدى اللاعبات الامريكيات في رياضة التزلج (تونيا هاردينغ) فـي اولمياد 1994 الشتوي بعد ان تورطت اللاعبة في فضيحة اعتداء عنيف على احدى منافـساتها في الاولمبياد وهي (نانسي كيريغان)، لوحظ اولا ذلك التهافت المفرط في تغطيـة حيـاة هـذه اللاعبة من قبل عدد هائل من المحطات. وقد تعمقت تلك التغطيات لتشمل لقاءات واتصالات مع باحثين واكاديميين في مختلف التخصصات لكي يحللو المشهد العام لهذا الاعتداء، وقـد غطـى هؤلاء الباحثين عدة زوايا لها علاقة بالاعتبارات الطبقية والجنـسية والنفـسية، كالاعتبـارات الطبقية للانثى والاعتبارات الجنسية للانثى، والتحرش الابوي العاطفي والتحرش الصادر عـن الازواج، وكل هؤلاء الاكاديميين ادلوا بآرائهم خلال البرامج التي تناولت حصريا رياضة التزلج النسائي (Baughman,1995).

وأما علاقة تغطيات التلفزة بالعرق فقد تناولتها بعض البحوث في علم اجتماع الرياضة، والتي اظهرت ان الصور النمطية تميز التغطية لرياضة السود في الولايات المتحدة. فانجازات نجوم الرياضة السود يمكن ان يتم تغطيتها بطريقة كبيرة، ولكن من خلال مجموعة من الصور النمطية التي يتم اقحامها ضمن المشهد العام للتغطية. (فالنجاح في رياضات السود دائما يمكن ان نعزوه الى القدرات الطبيعية اكثر منه الى التدريب والذكاء والتكتيكات والعمل الدئوب لهؤلاء اللاعبين. وهي صورة نمطية وغير واقعية تدفع باتجاه الاعتقاد بأن السود يمكن لهم ان يبرعوا في رياضات معينة فقط. وهي تحضى بتغطية جيدة وأما مجالات ادارة هذه الرياضات او التدريب عليها فهي من اختصاص عرق آخر في معظم الاحيان وهنا لا بد ان نلمس البعد الايدلوجي للمجتمع الذي يضفي طبيعة تصنيفية ما على هذا العرق او ذاك وهي مسألة تبرز في البناء الاجتماعي والثقافي والفكري في المجتمع الامريكي والغربي عموما.
(Davis,&Harris,1998)

وقد تناولت بعض البحوث جوانب اخرى لهذه الظاهرة من الزاوية الكمية ايضا حيث تبرز حجم التغطية ومساحتها تحت تأثير ان هذا اللاعب او ذاك ينتمي لاحد الاعراق ، كما تناولت بعض البحوث النص المرافق للتغطية لبعض الشخصيات الرياضية السوداء، حيث تجنح هذه النصوص لابراز بعض اتجاهات نجوم الرياضة السياسية او ميلهم للعنف (Davis,&Harris,1998).

وأما المسألة المتعلقة ببناء الهوية القومية من خلال التلفزة الرياضية، فهي من المسائل التي تبرز غالبا من خلال صور نمطية اخرى لها علاقة بهذا البعد، فالتلفزيونات تساهم بتعريف الامم الأخرى من خلال التعليقات او النقاشات التي تقدم فيضا من الصور المنمطة للشعوب والامم، فهناك المصارع الروسي الذي هو بالنهاية (دب روسي)، وهناك تنين صيني او بايسون امريكي او بلدوزر، او اقحام صور ثقافية لها علاقة بثقافة الاكل والشرب والطبيعة التي تميز كل بلد ينتمي لها هذا اللاعب او ذاك، وهي مجموعة من الصفات والصور النمطية التي يعزو اليها اللاعبون طريقة اللعب واسلوبه من خلال ربطه بمزاج ثقافي عام يتم تقديمه على انه يمثل مجموعة قومية معينة كالصينيين او الهنود او الافارقة او الاوروبيين سواء كانوا افرادا او جماعات. ويتم تسويق هذه الصور ضمن الثقافة العامة للسلعة التي تهيمن على التغطيات التلفزيونية للرياضة عموما. كما يمكن ملاحظة الصور النمطية التي تتناول الذات الثقافية وتساهم ببناء الهوية القومية وتعريف الامة بذاتها من خلال اجواء وطقوس المشاهدة التي تواكب التغطيات الرياضية، فيتم ربط الاسر في البيوت بفكرة الأمة المتخيلة، فتبرز الكلمات والصور التي تفصل النحن عن الآخرين ويتم تكريس حالات ثقافية معينة كمعالم تميز النحن كأمة منفصلة

عن الامم الاخرى ، مثل تكريس بعض انماط الاستهلاك الطقسي اثناء مشاهدة المباريات علـى الشاشة لتصبح جزءا من المشهد العام (Kinkema& Harris, 1998).

وتبرز هذه الإشكالية علاقة ميديا الرياضة بالهويات القومية والعرقية في زمننا الراهن ـ زمـن العولمة بشكل خاص، فنجد للمباريات الرياضية بعدا سياسيا يبرز على السنة المعلقين الرياضيين او من خلال حضور الشخصيات السياسية رفيعة المستوى للمناسبات الرياضية. فعمليـة ضـخ الروح القومية لاغراض ايدلوجية او سياسية تجد لها ميدانا واسعا فـي المناسـبات الرياضـية (Rowe, 1996)، وهو ما يفسر الكثير من الظواهر التي استغلت فيها هذه المناسـبات لخلـط الاوراق وجني المكاسب من قبل الكثير من الشخصيات السياسية عموما، وربما نستطيع علـى مستوى الساحة السياسية العربية ان نستحضر مباراة كرة القدم بين كل من الجزائر ومصر قبل اكثر من عامين للدلالة على الاستغلال السياسي لهذه المناسبة من قبل بعض الـسياسيين لنجـد انفسنا امام مشهد يتعدى التنافس الرياضي ليلامس الحالة السياسية في كلا البلدين فنجد الجماهير الغفيرة تطالب بقطع العلاقات الدبلماسية بين البلدين . ولا بد لنا من القول ان الازمات السياسية التي تعاني منها الدولتين قد تم التفريغ عنها في هذه المناسبة بشكل واضح المعالم.

وعموما فيمكن لطريقة التغطية ان تنحو باتجاه تعميق الخلاف بين الدول لامـور لهـا علاقـة بالسياسة او بالايدلوجيا او بأي غرض ذو طبيعة نفعية على هذه المـستويات وغيرهـا. وهـي ظاهرة تتناقض مع ما يطرح اليوم عن العولمة وما يقدم على انه توجه عـام لازالـة الحـدود الثقافية وتعظيم المشتركات بين الثقافات والشعوب وتذويب الخلافات ومحاصرتها.

4- النظام الاعلامي العالمي - هل هناك امبريالية اعلامية

يربط الباحث الاعلامي البريطاني (هيلد) نشوء ما يسميه بالنظام الاعلامي العالمي اليوم بخمسة مؤثرات رئيسية يتعلق الأول منها باتجاه الشركات الاعلامية نحو تركيز ملكيتها حيث شـرعت الشركات الاعلامية الكبرى حول العالم بشراء الشركات الصغرى والمفلسة، وأما الثاني فيتعلـق بحركة الخصخصة التي واجهت الكثير من مؤسسات الاعلام العمومية والحكوميـة الخاضـعة لسيطرة الدول حيث فتحت الابواب تحت ضغوط جهات اقتصادية دوليـة باتجـاه الخصخـصة عموما، ولم يستثن من ذلك بالطبع القطاع الاعلامي التابع للدول. وأما المؤثر الثالـث فيتعلـق باتجاه الشركات الاعلامية الكبرى نحو العمل خارج نطاق حدودها الوطنية في ظـل الـضغوط السياسية التي سمحت بتعديل الكثير من القوانين الناظمة لحركة شركات الاعلام حـول العـالم، وأما المؤثر الرابع فهو ذلك المتعلق بتوسيع مروحة المواد المنتجة للشركات الاعلامية، فلم تعـد

الشركات متخصصة مثلا بانتاج الدراما فقط او الموسيقى او نقل الأخبار وإنما بدأ نلاحظ نموذج الشركة العملاقة الشاملة، وأما الخامس فيتعلق بتلك التحالفات التي نشأت بين بعـض الـشركات متعددة التخصصات مع بعض شركات البرمجيات والمعدات المتخصصة، وهو امر يشير الـى مستوى احتكاري خطير بدأ بالتشكل يتيح حصر انتاج بعض المواد الاعلامية في يـد شـركات بعينها تستطيع احباط اي محاولة من قبل الشركات المتوسطة والصغرى نحو طرح مواد مختلفة ومتنوعة في مجال الاعلام (Held,1999).

لقد تمخضت العولمة عن نظام جديد اصبح يسمى بالتوسع الأفقي لوسائل الاعلام وهو نظام نشأ عن عولمة الاتصالات الالكترونية الجماهيرية في ظل منظومـات موحـدة عالميـة للاقمـار الصناعية والبث الفضائي، ولذلك نجد بأننا امام ظاهرة جديدة تجاوز فيها الإعلام حدود الـدول الوطنية وتجاوز كل القيود والحدود التي تفرضها اجهزة هذه الدول على اعلامها. كما أدى هـذا التوسع الافقي لانتهاك الكثير من حقوق الانتاج والنشر والتوزيع للمنجات الفنية والابداعية فـي مجالات الموسيقى والتأليف وغيرها. وهنا برزت مشكلات تتعلق بمدى القدرة على المنافسة في ظل القرصنة الفكرية والادبية لحقوق الملكية الفكرية لصالح التجارة والربح.

وأما الانبريالية الاعلامية فتمثلها الهيمنة التي تمارسها بعض الدول الـصناعية وعلـى رأسـها بالطبع الولايات المتحدة الامريكية وسيطرة هذه الدول على امبراطوريات في الانتـاج والنـشر والتوزيع الاعلامي، وهذا بالضرورة لفت الأنظار الى قيام ما يمكـن تـسميته بالامراطوريـة الثقافية الجديدة تهدد جميع ثقافات العالم وخاصة الثقافات في المجتمعات الأقل نمـوا بـالمفهوم المادي فهي المناطق الأكثر انكشافا وضعفا اما نفوذ هذه الامبراطورية الثقافية الجديدة لأنهـا لا تمتلك اي قدرة للتصدي لهذا السيل الثقافي الجارف من انماط السلوك وطريقة الحيـاة وانمـاط الأكل والشرب والعادات والقيم الوافدة عبر الأخبار والمحطات الفـضائية والافـلام والـدراما التلفزيونية والرياضة والموسيقى وغيرها. وكلها تمثل سلعا تجارية تبحث عن اسواق بـالمفهوم الاقتصادي الغربي. هذه الدول الفقيرة للموارد لا تستطيع في هذا الخضم الحفاظ علـى هويتهـا وفرادتها امام هذا السيل الجارف .

وتبين الحقائق ان معظم الشركات العشرين الأضخم على مستوى العالم هي مؤسسات اقتصادية امريكية وهي شركات تعمل في مجالات البـث التلفزيـوني والأنتـاج الـسينمائي والـصحافة والاتصالات اللاسلكية والالكترونية وهي شركات لا تستثني من تأثيرهـا الثقـافي والاعلامـي بالطبع المجتمع الامريكي نفسه ولكن اذرعها اخذت تمتد في أوروبا اولا ثم المجتمعات الناميـة،

وليس أدل على ذلك من هذا النفوذ الذي بدأ يفرض نفسه على ساحة الانتخابـات فـي أعـرق ديمقراطيات أوروبا (Herman ,1997).

وفي دراسة عن التغطية التلفزيونية لقضايا العالم الثالث في المحطات البريطانية يتبين ان هـذه التغطية قد تقلصت من ناحية الكم عموما في هذه المحطات نحو 50 ـ 70 %. وبدل ان تناقش هذه التغطية القضايا الاكثر جدية في هذه الدول إنما تتجه بالتدريج الى تغطية الجوانب السياحية ومشاهد الطبيعة والامور المتصلة بالسفر والتجول في هذه البلدان، هذا عدا عـن كـون الكثـر البرامج التي كانت تغطي مواضيع مختلفة في هذه البلدان انما تعمد الى التحيز والتحريف بحسب طبيعة العلاقة السياسية التي تحكم الغرب بهذه البلدان، كما تلفت الدراسة النظر الى ان البـرامج التي تتحدث عن القضايا الحيوية لهذه البلدان تعاني من الندرة وهي لا تبـث إلا فـي سـاعات متأخرة من الليل حيث تنخفض نسب المشاهدة الى حد التلاشي، وهو أمر سوف يقف عائقا امام المشاهد في المجتمعات الغربية لكي يفهم ما يدور لدى 80 % مـن سـكان الكـرة الارضـية (Stone,2000).

5- الانسان العربي والانترنت

في دراسة تتعلق باستخدامات الانترنت وآثارها على العلاقات الاجتماعية والتفاعل الاجتمـاعي والجوانب النفسية للتفاعل الاجتماعي اجريت على 256 اسرة تبين ان المـراهقين هـم الأكثـر استخداما للانترنت من الراشدين وان معدل الاستخدام لا يختلف فيه الاناث عـن الـذكور، وان الراشدين اكثر ميلا لاقامة علاقات اجتماعية داخل الاسرة أو فـي المحـيط الاجتمـاعي مـن المراهقين اناثا وذكورا بسبب اقبال المراهقين على استخدام الانترنت بشكل اوسع، كمـا بينـت الدراسة ان الافراط في استخدام الانترنت هو مرتبط بزيادة الضغوط النفسية لدى المـستخدمين كما هو مرتبط بالابتعاد عن الحياة الواقعية (Krout&Limd, 2000).

وفي دراسة اجراها باحثون في جامعة ستانفورد الامريكية عام 2000 ضـمت عينـة موسـعة تعدادها 4000 سخص من البالغين من الجنسين تبين ان مستخدمي الانترنت يقضون اوقاتا قليلة مع افراد اسرهم او في الجماعات المحلية الاخرى قياسا على نظـرائهم ممـن لا يـستخدمون الانترنت. كما وجدت الدراسة ان 55% من العينة يستخدمون الانترنت في البيت او خلال العمل وأن 20% منهم يستخدمون الانترنت بشكل منتظم حيث يقضون 5 ساعات على الاقل اسـبوعيا على اتصال بالآخرين (on line) (غيدنز ، 2005، 517).

كما لاحظت الدراسة اتجاهين مهمين الأول يشير الى ان استخدام الانترنت يأخذ الأفـراد بعيـدا عن وسائل الاتصال الاخرى، حيث بينت الدراسة ان 60 % منهم لا يـشاهدون التلفزيـون إلا قليلا بينما يفيد نحو ثلث هؤلاء بأنهم يلاحظون اقلالهم من تصفح الجرائـد والمجـلات. وأمـا الاتجاه الثاني فيشير الى ان الانترنت بدأ بإزالة الفواصل بين مجال العمل الرسمي والبيت، حيث يفيد نحو ربع المستخدمين انهم يقضون وقتا طويلا لأداء اعمالهم اثناء وجودهم في المنزل مـع ان ساعات عملهم في الخارج بقيت كما هي او زادت. وتخلص الدراسة الى ان الحياة اليومية قد تحولت الى تيار مستمر يتمحور حول شبكة الانترنت. حيث يميل الموظفـون الـى اسـتخدام الانترنت خلال ساعات دوامهم الرسمي اضافة الى انهم يكملون عملهم بمشروعاتهم في بيـوتهم بدلا من ان يتركوها لليوم التالي على مكاتبهم (غيدنز ، 2005، 517).

في بداية الثمانينات من القرن الماضي اقامت وحدة المشاريع المتقدمة التابعـة لـوزارة الـدفاع الامريكية شبكة للربط بين الجامعات ومراكز البحوث الامريكية لكي تضمن سرعة الاتـصال بين متخذي القرار السياسي والعسكري في حال حدوث ضربة استباقية نووية يـشنها الاتحـاد السوفياتي على امريكا ، وربما كانت بدايات هذه الشبكة تعود لعام 1969 عندما تم ربط اربـع جامعات امريكية رئيسية كنواة لهذا المشروع الذي بقي ينمو ويتطور بمعدلات سريعة وصـولا الى ما نعيشه اليوم من تواصل عبر شبكة هي ام الشبكات وهي المسئولة عمـا يعـرف اليـوم بمجتمع المعلومات الذي يضم المليارات من الافراد عبر الكرة الارضية يشكلون حالة جديدة من الاجتماع البشري ومن الظواهر البشرية غير المسبوقة في التاريخ الانساني. ان ما يسمى اليـوم بالعولمة (Globalization) كظاهرة انسانية لم يكن من الممكن لها الظهور بهذه الكيفية لـولا هذه الشبكة الالكترونية التي نسميها (الانترنت) (السيد يس، 1998). لقد توفر لأول مرة بالتاريخ وسيلة فعالة وسريعة للوصول الى المعلومة ونشرها ضمن اوسع نطاق جغرافي ممكـن. كمـا فرضت شكلا جديدا من الاقتصاد على البشر هو اقتصاد عصر المعلومات فلم تعد اشكال التبادل المادي التقليدية هي من يتحكم بتوزيع السكان وهجرتهم وعملهم وطبيعة هذا العمـل .. ويقـول الباحثون الاكثر حماسا للعولمة والانترنت والتواصل الحر ان اهم ما تم انجازه علـى الـصعيد الانساني هو حرية المعلومة ، بعد ان اصبحت المعلومات متوفرة في كل زمـان ومكـان ولأي كان وهذا يمثل بنظرهم الغاية القصوى للديمقراطية. في حين يرى المتشائمون ان ما نعيشه انما يعبر عن فوضى المعلومات وتلوثها وهو ما ينذر بحرب المعلومات في المستقبل حيـث تـدخل دول العالم في حرب من اجل السيطرة على المعلومات كما حاربت فـي الماضـي مـن اجـل السيطرة على الموارد الطبيعية، وهذا في الحقيقة لا يعبر عن نظرة واهمة او موغلة في التشاؤم

وإنما عن واقع بدأنا نعايشه في ايامنا هذه حيث بدأت بوادر الامبريالية المعلوماتية مـن ناحيـة السيطرة على المواقع المعلوماتية والسطو على ملايين الوثائق الانسانية وقرصـنتها والـشبهات التي بدأت تحوم حول شركات المعلومات الكبرى كغوغل وياهو من بيعها لبعض المعلومات عن عشرات الآلاف من الناس، ومن تحكمها بأرشيف هائل من المعلومات يمكن من خلاله الـتحكم بمئات الملايين من البشر وخير مثال على ذلك ما ثار مؤخرا من خلاف بين شركة غوغـول والحكومة الصينية حول طبيعة المضامين التي يوفرها هذا الباحث المعلوماتي العمـلاق. فمـن وجهة نظر الحكومة الصينية لا يمكن التسليم بالكثير من المواد المعلوماتية التي ينشرها غوغول من الناحية السياسية أو الفكرية أو حتى العلمية. وربما برزت الكثير من الأسئلة حـول ماهيـة البرنامج الذي تقدم من خلاله شركة غوغول مضامينها وضمن اية تراتبية او أولوية وهل هناك تسييس لهذه المواد. والامر لا يتوقف على الصين التي تعتبر موضوع نـشر المعلومـات مـن الأمور السيادية وربما برزت بعض المشكلات هنا وهناك في بعض البلدان الاوروبيـة، التـي أبدى بعض مثقفيها تبرمهم بهذا العجز امام هذه الهجمة المعلوماتية الوافدة اليهم عبر الأطلـسي. وكل ذلك انما يشير بوضوح الى اننا ما زلنا بعيدين عن حرية المعلومة بمعناها الواسع والكلي، فنحن نتلقى الكثير من المضامين المسيسة من جهة، ومن جهة أخرى فإن هناك حقيقة لا بد مـن الاعتراف بها وهي أن المعلومات ذات القيمة الفعلية على المستويات المختلفة ما تزال تخـضع لمعايير السرية وهي بعيدة كما كانت دوما عن متناول الكثيرين أو على الأقل هي ليست متاحـة للجميع بصيغة متساوية. يضاف الى ذلك ما يتهدد هذا التنوع الحضاري الذي شـكل مـصدرا للغنى الحضاري العالمي فهل تسير بنا التكنولوجيا نحو الثقافة الموحـدة (العولمـة الثقافيـة)، فالانترنت كما فتح تلك الآفاق الكبيرة امامنا لاكتشاف الواقع الاجتماعي للبشر فإنه فـي الوقـت ذاته بات يهدد بتقويض هذا التنوع في علاقاتنا وقيمنا وحتى جماعاتنا البـشرية، وهـي تلـك المشكلة التي أرقت بودريارد وشكلت محور نقده لاتجـاه التطـور الـذي تـشكل التكنولوجيـا الاتصالية الحديثة قاطرته الاساسية، وقد نبه بودريارد الى ما اسماه ب(الواقع المفرط) وهو واقع تحول فيه البشر عبر الحيز الالكتروني الى مجموعة مـن النـصوص والـصور والاصـوات والوثائق والرسائل (Baudrillard,2000)، الذي تخلقه الـصورة التلفزيونيـة. والكثيـر مـن المثقفين طرحو السؤال المركزي حول ما نعانيه من الافراط المعلوماتي فهل هو دليل صـحة ام تردي، وقد تساءل الشاعر ت اس اليوت (اين هي الحكمة وقد ضاعت فـي خـضم المعرفـة) ويتساءل المثقفون اليوم (اين هي المعرفة وقد تاهت في خضم المعلومات) (السيد يس،1998).

وإجمالا فإن الكثير من المفكرين يقولون ان الأنترنت انما هو وسيلة من الوسـائل التكنولوجيـة التي سوف تخضع في النهاية الى طبيعة البشر التسلطية كما خـضعت غيرهـا مـن وسـائل التكنولوجيا، فالتاجر يرى فيها وسيلة لزيادة الارباح فيستغلها للاعلان عن سلعه وتحسس احوال الاسواق من حوله والبحث عن مصالحه، والسياسي سوف يرى فيها وسـيلته للوصـول الـى الجماهير وتسويق ذاته لديهم بصرف النظر عن مصالحهم الحقيقيـة. والحقيقـة ان الولايـات المتحدة باتت تدرك الآن ما لهذه التكنولوجيا من اهمية وهي بدأت بالفعل في الاسـتثمار فيهـا لتصبح معقلها الاقتصادي المهيمن على مستوى العالم اجمـع. فعنـدما تـسيطر علـى شـبكة المعلومات فإنما تسيطر على العالم من خلال شبكته العصبية.

6- الامن الاعلامي العربي

يقدم الدكتور نبيل الدجاني المحاضر في الجامعة الامريكية في بيروت نـص احـدى الرسـائل الالكترونية التي تلقاها في عام 2003، وهي تقول: هاجم كلب شرس طفلا في حديقة عامة فـي نيويورك، وكان احد المارة قد رأى الحادثة فهرع لتوه لمساعدة الطفل وانقـض علـى الكلـب الشرس وقتله، وبالصدفة كان احد الصحفيين المحليين قد شاهد الحدث وأخذ بعض الصور التي توثقه. اقترب الصحفي من الرجل وقال له: شجاعتك البطولية سوف تنشر في عدد الغـد مـن الصحيفة التي اعمل لصالحها تحت عنوان: شجاع من نيويورك ينقذ ولدا، فاجابه الرجل انه ليس من نيويورك. فقال الصحافي: إذا سوف نضع العنوان: شجاع امريكي انقذ ولدا من كلب شرس، فقال الرجل: انا لست امريكيا أيضا، انا من باكستان. في اليوم التالي صدرت الـصحيفة وقـد عنونت للخبر في الصفحة الأولى: " مسلم متطرف ينقض على كلب في حديقة فـي نيويـورك ويودي بحياته. ومكتب التحقيق الفدرالي (FBI) بدأ التحقيق بإمكانية وجود علاقة بين الرجـل ومنظمة القاعدة التي يرأسها اسامة بن لادن (عزي،2004 ،77).

هذا المثال ليس من نسج الخيال ولكنه واقع في الاعلام الغربي، وهذه الحادثة تمثل النمط البسيط للممارسة الاعلامية الغربية والتي بات من الواضح تماما انها لم تعد تتحلى بأي شكل من اشكال الموضوعية، كما لم تكن تتحلى بها في يوم من الايام. المسألة ليست طارئة فـالاعلام الغربـي المعروف بالاعلام الحر بقي يمارس هذه السياسة ولم يتخلى عنها منذ نشأته، هذا الاعلام لم يكن في يوم من الايام حرا ولا محايدا في كل القضايا التي تضعها المصالح السياسية على اجندتـه، وأما ما كان يشاع عن هذا الاعلام من صور وافكار فلم يتعدى الاسطورة التي حاكها الاعـلام ذاته عن ذاته.

هذا الواقع هو المسئول عن تلك الأمية وعدم الفهم والعماء الملاحظ لدى الجمهور الغربي فيما يتعلق بقضايا الشرق الاوسط على سبيل المثال، انها عقود طويلة من ممارسة لغة اعلامية خاصة ومن استخدام مفاهيم وعبارات واوصاف دون غيرها في صياغة الاخبار والتحاليلات الاعلامية المتعلقة بمناطق وصراعات تتخذ منها حكومات الغرب مواقف سياسية معينة.

نسوق هذه المقدمة كمنطلق أساسي يجب أن يكون واضحا لنا جميعا، فلا يتوهمن أحد أن الاعلام الغربي هو بمنأى عن الأغراض الفكرية والايدلوجية والثقافية والسياسية المنحازة، فليس هنالك اعلام على الاطلاق يتحلى بسمات طهرية، في مقابل اعلام يرتع في الرذيلة. مع اننا نسجل ان هنالك فروق كبيرة في الشكل والتقنية ومستوى الحرفية والحنكة الاعلامية. وأما المضمون فهو متقارب الى حد بعيد.

في دارسة قامت بها جامعة غلاسكو البريطانية عن طبيعة تفهم الجمهور البريطاني لازمة الشرق الاوسط، تبين ان هذا الجمهور يفتقر الى معرفة حقيقية بواقع هذه الأزمة بسبب تغطية وسائل الاعلام لها. وتقول الدراسة : نادرا ما يقوال للمشاهدين ان الفلسطينيين هم ضحايا احتلال عسكري، فغالبا ما يتم التعمية على مفهوم (الاراضي المحتلة). وبينت الدراسة ان 9 بالمائة فقط من الشباب الذين تم استبيانهم يعلمون ان الاسرائيليين هم قوة احتلال وانهم مستوطنون غير شرعيين بالمعايير الدولية، وترجع الدراسة سوء الفهم الى الاختيار الانتقائي للغة المستخدمة في الاخبار والتغطيات الاعلامية المتعلقة بهذا الصراع، فعند ذكر الموتى الاسرائيليين تستعمل على وجه الحصر تعابير من مثل : "جريمة "، "وحشية "، " ارهاب ". ولم تجد الدراسة في اي تقرير صحفي ما يشير الى ان ما يقوم به الفلسطينيون هو رد محدود على افعال ضارية يقوم بها جنود الاحتلال الاسرائيليين ضد الفلسطينيين(عزي، 2004، 85).

يشخص كثير من الباحثين الموضوعيين ان القفزة الهائلة في العقود القليلة الماضية نحو استخدام وسائل وتقنيات الاتصال الحديثة قد ادت الى تغيرات بنيوية كثيرة في المؤسسات والوسائل والمشاريع الاعلامية، لكن هذا التغير لم يصاحبه مع الاسف اي تحول على المستوى الاخلاقي لدى القوى الغنية والقوية حصرا، وهي تلك القوى المتحكمة بوسائل الاعلام والراعية لها، ولذا فالحداثة او التقدم في هذه الوسائل بقي على حساب القيم، فالقيم المادية نفسها هي التي توجه عمل وسائل الاعلام وتصوغ اتجاهاتها. فالعلة اذا هي اخلاقية وليست بنيوية وقد اثبتت القوى الغربية تحديدا انها غير مؤهلة من الناحية الاخلاقية والحضارية لقيادة اي شكل من اشكال التغيير على هذا المستوى (عزي ، 2004، 87).

وهنا يمكن الرد على مقولة ماكلوهان المتفائلة بأننا نسير نحو (قرية عالمية) بسبب تطور وسائل الاعلام، بأنها تفتقر الى الموضوعية والواقعية، لأن معظم دول العالم والدول الغربية خصوصا ما تزال مستمرة من خلال فهمها الخاص للأحداث وهو ما ينعكس على وسائل اعلامها واجندات هذه الوسائل في تحديد اهمية ما تغطيه من هذه الاحداث وكيفية تغطيته تبعا لهذه الاجندات، ويبرز هنا عدم التوازن والخلل الشديد في هذه التغطيات خاصة تلك المآسي التي تواجه دول العالم الثالث. وربما تجدر الاشارة هناالى المثال الصارخ لانحياز وسائل الاعلام الغربية وخصوصا فضائياتها في تغطية الاحداث الاخيرة في بلد مثل سوريا، فتشير الكثير من التقارير الى ان دور وسائل الاعلام تخطى بكثير عتبة الانحياز والتلاعب اللغوي والمفاهيمي او حتى المشاركة في التحريض والتزوير والحرب الدعائية والنفسية، وإنما يبدو ان الكثير من وسائل الاعلام متورطة على الأرض بصناعة اعمال ارهابية والمشاركة عبر فرق هي مزيج من اعلاميين ورجال استخبارات يثيرون المشاكل على الارض ويدخلون الى بعض المناطق بصور غير شرعية ويشاركون ببعض التفجيرات والمذابح بهدف تصويرها وفبركة تقارير اعلامية تنشرها وسائل اعلامهم التي باتت شريكة في الاحداث الدامية على الارض. وقد اظهرت الكثير من التحقيقات الموثقة ان مراسلي وكالات الانباء العالمية كرويترز وفرانس برس واسيوشيتد برس و قنوات اعلامية كبيرة مثل السي ان ان والبي بي سي وفرانس 24 والجزيرة والعربية، غيرها، قد استخدمت رجالا اضطلعوا بمهمات استخبارية وتخريبية اضافة الى مهماتهم الاعلامية، وتصور هذه التقارير الموثقة عمل هؤلاء بدءاً بدخولهم غير الشرعي للمناطق السورية وصولا الى مشاركتهم بالاحداث وبثهم للتقارير المفبركة والكاذبة.

هذه الهجمة الاعلامية التي ظهرت بشكل جلي خلال السنوات القليلة الماضية من خلال تهافت الدول الغربية لافتتاح قنوات خاصة بها. تتكلم اللغة العربية في منطقتنا، كانت قد سبقتها الولايات المتحدة خصوصا من خلال تأسيس قناة (الحرة) في عام 2004 بعد شهور على احتلال العراق، وكان الهدف من انشائها تجميل وتبرير بشاعة الفضاعات التي ارتكبتها القوات الأمريكية في المنطقة عموما، وقد جاء انشاء القناة الفضائية متزامنا تقريبا مع انشاء راديو سوا وبعض المطبوعات مثل مجلة (هاي) وغيرها. لقد جاء انشاء هذه الوسائل في سياق الدعاية والحرب نفسها ولكن هذه المرة بشكل ناعم، ولأن المسئولين الامريكيين ادركوا بأن الكثير من الوسائل الاعلامية العربية التي كانت تسوق لسياساتهم وتعمل بالنيابة عنهم قد باتت مكشوفة وعاجزة عن اداء مهامها. على كل حال يمكن لقراءة بسيطة لتغطية قناة الحرة لبعض الاحداث في العراق مثلا ان يكشف مدى انحرافها وانحيازها وبعدها عن الحقيقة في التغطية. فأي تغطية

محايدة يمكن ان تستخدم مثل هذه الاوصاف لتشير الى المقاومين في انتفاضـة الفلوجـة عـام 2004. لقد وصفت التقارير ونشرات الأخبار هؤلاء بأنهم، ارهابيون، قتلة، اعداء الديمقراطية ، مجرمون، اعداء الشعب العراقي، اعداء العراق الجديد، الخارجون على سلطة الإئتلاف والقانون (المستقبل العربي، العدد 303 ايار / مايو 2004 ص57 ـ 67).

وأما تقرير الأمم المتحدة للتنمية الانسانية للعام 2003 فيشير الى اوجه القـصور فـي وسـائل الاعلام العربية التي تقلل من فعاليتها واهمها فرض الرقابة الحكومية علـى وسـائل الاعـلام وغياب الحريات ونقص نسبة وسائل الاعلام بالنظر الى عدد السكان فهي الأدنى فـي البلـدان العربية، ويشير التقرير الى بعض الارقام مثل ان أكثر من 70% من التلفزيونات العربية تقـع تحت سيطرة الدول والحكومات رغم انه يتطرق الى بعض الظواهرة الاعلامية التي يتعتبرهـا استثناءات في المناخ العام العربية مثل ظهور صحف كالقدس العربي والحياة اللندنية والـشرق الاوسط التي استطاعت بحكم صدورها خارج الوطن العربي ان تفلت من الرقابة الرسمية التـي تفرضها هذه الحكومات. كما لا ينسى التقرير التركيز على بعض القنوات الفضائية الاخباريـة العربية التي احدثت تغييرات جذرية في مضمونها واسلوبها مشيدا بالنقلة النوعية التقدمية التـي خطتها تلك القنوات، حتى ان التقرير يذهب للقول انه اذا كانت قوات التحالف قد احرزت نصرا في حربها على العراق فإن العرب قد كسبوا المعركة الاعلامية فـي تغطيتهـا لهـذه الحـرب (تقرير التنمية الانسانية العربية، 2003).

حقيقة فنحن نراعي ان التقرير قد جاء في عام 2003 ولا نعرف كيف كان سيخرج التقرير بمثل هذه الاستنتاجات لو انه كتب في 2012. فجميعنا بات يعرف اليوم ان الصحف المذكورة لم تكن مستقلة ولا غير خاضعة او مرتبطة بأجندات وسياسات خارجية، بل انها كانت منذ نشأتها وما تزال ملتزمة بها وتتقفى خطها السياسي المرسوم. وربما اتضحت الصورة بـشكل كبيـر بعـد الأزمات الأخيرة التي احدثتها التحولات والانقلابات في العالم العربي فقد كشفت الكثيـر مـن الخطوط والسياسات الاعلامية التي تنتهجها معظم الصحف والمحطات الفضائية العربية.

ويخلص التقرير الى ان الخطاب الاعلامي في العالم العربي يتميز، بصورة عامـة بخاصـتين، الاولى تتعلق بتدخل الحكومات في وسائل الاعلام لاغراض الدعاية السياسية. والثاني يتمثل في شيوع المادة الترفيهية على حساب المواد المعرفية الجادة والخدمات الاخرى.

وبحسب التقرير تتمثل التوجهات العامة لمضمون الاتصال في البلدان العربية في أمـر واحـد وتصدر من منبع واحد وهو التعبئة السياسية والاجتماعية والفكرية لصالح النظم القطرية الحاكمة وتوجهاتها الايدلوجية. ويسعى الاتصال لقولبة الافراد ضـمن قوالـب معينـة يحـددها القـادة

الاعلاميون في كل بلد من البلدان العربية والذين هم القادة السياسيون في نفس الوقـت. وعلـى ذلك فإن احتياجات النظم لا احتياجات الجماهير هي التي تحدد شكل واتجاهات نظم الاتصال في هذه البلدان. وطبعا لا يمكن استثناء اي وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري من هذه القاعدة فجميعها من محطات اذاعة وتلفزيون وصحف ووكالات انباء كلها تعمل لنفس الغرض. وهـي تتبع نفس الوصفة المحددة لها، فهناك عدم اهتمام بالاحتياجات الاساسية لفئات واسعة من الناس وهناك طرح لا يعبر بالضرورة عن جوهر المسائل الحيوية ولا عن الواقع. وهناك انغماس في القضايا التافهة لتحويل الانتباه وتشتيت الوعي ومثال ذلك الاهتمام المبالغ فيه بالرياضة وخاصة كرة القدم حيث تتم قولبة اهتمامات الناس. أو التلاعب عمومـا بمـشاعر النـاس واتجاهـاتهم واهتماماتهم، فهناك بعض نظم الاتصال تحظر نشر الانباء عن الجريمة مثلا لكي ترسم صورة خادعة عن الامن والامان الذي تعيشه البلد، وهناك نظم اتصال تبالغ في نشر الانباء عن مختلف الجرائم لكي تعطي انطباعا زائفا بكفاءة الاجهزة الامنية لديها وسرعة كشفها لهذه الجرائم ممـا يدل على يقضتها وحرصها على الامن، وهناك بعض نظم الاتصال التي تتولى بث الكراهية في اوساط مواطنيها تجاه اقطار عربية مجاورة او بعض الاثنيات والطوائف التي لديها معها بعض المشكلات السياسية. وعموما فكثيرا ما تصاغ الاخبار في البلدان العربية بأن (فلانا استقبل فلانا وجرى تبادل الاحاديث الودية حول عدد من القضايا التي تهم البلدين الـصديقين ووو .. الـخ) ومثل هذه الاخبار تهيمن على الشاشات حيث لا نعرف من استقبل مـن ولأيـة غايـة تحديـدا (تقرير التنمية الانسانية العربية، 2003).

في نفس السياق يتحدث الاعلامي العربي المعروف رفيق نصر ا فيقول " ان الاعلام عموما لا يعبر عن حقيقة كاملة، كما انه ليس كذبة كاملة، بل هو حالة بذاتها تقع بين الحقـائق والتمويـه تحولت الى سلطة كاملة تمسك بعصب العصر الذي نعيش فيه " ويضيف انه خـلال الـسنوات العشر الممتدة من 1995 الى 2005 كان واضحا ان الغرب تمكن عبر وسائل الاعلام العربيـة من تعميم لغة اخرى اسقطت ما كان سائدا من ثوابت ومسلمات حيث ظهر الاسـرائيلي علـى الكثير من الشاشات العربية الفضائية بلا حرج .. وتجاوزت بعض المحطات الاعلامية العربيـة كل الاعراف للتحول الى مسرح يناقش كل القضايا بصخبها وتداعياتها وحساسياتها دون الاخـذ في الاعتبار مستوى ثقافة المتلقي العربي متناغمة في ذلك مع كل ما كان يطرح على مـستوى المنطقة من تحولات اريد من خلالها تكريس واقع جديد علـى كافـة المـستويات الاجتماعيـة والسياسية والاقتصادية .. وقد ادى ذلك الى سقوط الممانعـة لأن الحـصانة سـقطت وباتـت المجتمعات العربية تواجه حالة من الانكشاف الاعلامي الكامل وخرق في الامن الاعلامي الذي

ظل يظهر نوعا من التماسك حول بعض الثوابت حتى حقبة الثمانينيات من القرن الماضي برغم كل ما شاب الاعلام التقليدي العربي من شوائب (نصر ا ، 2007، 11).

ويستذكر نصر ا دعوة الرئيس المصري الراحل جمال عبدالناصر في الخمسينيات حين طلب من وزير اعلامه العمل بسرعة لانشاء وكالة انباء مصرية تؤدي دورا عربيا في مقابل وكالات الاعلام الاجنبية التي كانت تتهم دائما بأنها تشكل مسارب يدخل منها الاعلام الغربي لتحقيـق سياساته، وعندها تم انشاء وكالة انباء الشرق الاوسط التي لعبت دورا في خدمـة الكثيـر مـن قضايانا القومية (نصر ا ، 2007، 17).

ويقول ان المحطات المتلفزة العربية كانت وما تزال تعتمد بصورة اساسية على ما تبثه وكالات انباء عالمية هي اليوم متلفزة، وعلى غرار مرحلة الستينيات التي هيمنت فيها الاذاعات كانـت الوكالات نفسها والمسيطر عليها من قبل الحكومات الغربية والرأسمال اليهودي؛ كانت تحتكـر بث الأخبار حول العالم. وكانت تقدم خدماتها للاذاعات العربية حيث يقوم مترجمـون بترجمـة نص المواد الاخبارية كما هي دون اي وعي بمدى الاختراق سواء على مستوى اللغة والمفاهيم والمفردات المستخدمة او على مستوى المضامين التي تبين انها كانت مستندة الى خطة متكاملـة كان يراد تمريرها . ويضيف ان العملية التراكمية عبر العقود نجحت في انتاج قناعـات لـدى الانسان العربي وهو ما يعتبره خرقا وانكسارا في الوعي تم تعميمه على قطاعات واسـعة مـن مجتمعاتنا (نصر ا ،2007، 21).

ويستعرض نصر ا واقع الاعلام العربي عبر النصف الثاني من القرن العشرين وصولا الـى بداية التسعينيات وتجربة هذا الاعلام مع حرب الخليج التي اظهرت انكشافا كاملا واستلابا للعقل الاعلامي العربي الذي كان متلقيا لما تنتجه محطة السي ان ان من حـرب نفـسية ومـضامين مفبركة كانت تتسابق على بثها المحطات العربية من اجل الانفراد باعادة بث مشاهد هدفت الـى تحطيم الذات العربية من مثل ذلك المشهد الذي يظهر فيه احد الجنود العـراقيين حـاملا علمـا ابيض يقوم بتقبيل حذاء جندي امريكي من اجل اطعامه، وكان هذا المشهد متكامـل العناصـر وكان بامكانه ان يحدث الصدمة الكاملة التي اراد الغرب احداثها لانتاج القناعات التي يريـديها لدى المشاهد العربي وقد اعيد هذا المشهد عشرات المرات وعلى مدار الـساعة لتحقيـق هـذا الغرض (نصر ا ،2007، 25).

وأما الجيل الاخير من الاعلاميين العرب بحسب نصرا فقد جاء انعكاسا حقيقيا لحالة الانفلات من الثوابت التي كانت سائدة، ويمثل حالة من التماهي مع المفاهيم الغربية التي تم تشريبها لهذا الجيل في العواصم الغربية، فهم متخمون بثقافة السائد ومنفتحون بشكل كامـل علـى التطبيـع

الكامل مع التبعية، وعبر هذا الجيل تم استخدام عناوين براقة ومثيـرة تتعلـق بحريـة الـرأي والحوار مع الآخر متناسية انها كانت تخاطب الانسان العربي داخل غرفتـه المغلقـة، وتنـشر افكارها لدى جماهير تعاني من الأمية بنسبة ستين في المائة من مجموع افرادها وتعيش اوضاعا هي غاية في الصعوبة والتعقيد على المستويات السياسية والاجتماعية ، وبحسب نصر ا فقـد بدأت هنا بالتحديد عملية صناعة الرأي العام العربي، حيث نقل عبر الشاشات كـم هائـل مـن الاحباط والانكسارات في نفس الوقت الذي سمح فيه للاسرائيليين باعتلاء منابر هذه الـشاشات لينقلو بالتدريج كل ما يريدون ويؤكدوا حضورهم في القناعـات العربيـة ، وهـو امـر مهـد بالضرورة لقبول الاسرائيلي على الشاشات العربية كمحاور حتى لو كان موضوع الحوار هـو مجزرة تم ارتكابها للتو من قبل الاسرائيليين انفسهم، في حين ان بعـض الـشاشات الرسـمية العربية كانت تمنع المعارض العربي من الظهور. وكانت المفارقة ان الاعلام الاسرائيلي الـذي من المفروض انه اعلام حر لم يكن ليسمح لأي عربي بالظهور على شاشاته في نفـس الوقـت الذي دأبت فيه الكثير من المحطات العربية على تبرير قبول الاسرائيلي على شاشـاتها بحجـة ضرورة معرفة كيف يفكر الاسرائيليون (نصرا ،2007، 29).

وبحسب نصر ا فليت الأمور وقفت عند هذا الحد فقد دأبت الكثير من الشاشات على تعميم لغة محايدة جديدة في الاعلام العربي فبدأنا نألف عبارات من مثل (قتل ناشط فلـسطيني علـى يـد الجيش الاسرائيلي في غزة) وهنا يتم تمرير افكار توحي في هذه الحالة بأن الجيش الاسـرائيلي يعمل على ارضه وقد قتل ناشطا فلسطينيا (نصر ا ،2007، 30).

ويعود نصر ا ليربط هذه الظواهر بخطة متكاملة حيث يستشهد بقول جوزف نـاي المـسئول السابق في البنتاغون، من ان امريكا سيكون سهلا عليها ان تبسط سيطرتها السياسية والعسكرية على العالم خلال اقل من ثلاثة عقود بفضل قدرتها على ادماج النظم الاعلامية المعقدة. لافتـا النظر الى ان التناغم الزمني مع مثل هذه التصريحات ومـع الاختراقـات الكاملـة للخريطـة الاعلامية العربية في ظل سطوة الاعلام الغربي واختراقه كل الحدود والحواجز التقليدية التي لم تكن تشكل حصنا منيعا في الاساس، وهنا نجد انفسنا امام غزو ثقافي واعلامي يتجاوز الحـدود الجغرافية والفكرية يتم تحت عناوين براقة وناعمة من مثل العولمة والانفتاح الفضائي. كما يلفت النظر الى حجم ميزانيات الاعلام في الغرب خلال نفس الفترة من اواخر العقد الاخير في القرن الماضي والتي بلغت في الولايات المتحدة عام 1997 على سبيل المثـال 1550 مليـار دولار، وفي اوروبا مجتمعة لعام 1998 أكثر من 430 مليار دولار وفي استراليا لنفس العام اكثر مـن 120 مليار دولار. انها سيطرة كاملة على الكرة الارضية وهي تكاد تطاول كل المفاهيم والقـيم

وتصادر كل ادبيات الانتماء الثقافي والوطني والقومي وهي بلا ادنى شك موجهة بشكل مباشـر لتطال القناعات، وهي نفس الظاهرة التي يتحدث عنها ريتشارد فوال حيث يقـول " ان سـطوة الاعلام هي الحاملات المتقدمة التي بعث بها الغرب لتحتل هذه المرة عقول الآخـرين (نـصر ا ،2007 ، 38).

ويمكن استعراض الخارطة الاعلامية العربية من خلال نظرة سريعة على اهتماماتها فـي هـذه الايام ، فخمس عشر بالمائة من مجموع الفضائيات العربية مهتمة بتعزيز التوجهـات العرقيـة والطائفية من خلال بث مضامين مذهبية ودينية ذات لون محدد على مدار الساعة، وهو مثال يكفي للاشارة الى الشروخ التي يراد احداثها في بنية مجتمعاتنا العربية. وأما الفـضائيات التـي تهتم بنشر الثقافة الاستهلاكية الرخيصة فحدث ولا حرج والنوذج اللبناني يكفي لاعطاء صـورة عن هذا الواقع المرير.

لقد سقط الاعلام العربي بشكل عام في يد ذوي المال وأصـبح الرأسـمال العربـي الخـاص للاشخاص والشركات هو المالك المباشر لمعظم المحطات الفضائية العربية، ويكفي ان نعـرف ان 65 بالمائة من ملكية هذه المحطات تعود لرؤوس اموال خاصة وهـذه الاحـصائية تـشمل المحطات حتى عام 2005، ويمكن ان نظيف هنا البعد التجاري الى البعد السياسي على توجهات هذه القنوات، فلم يعد هناك قضية عامة يمكن ان يعكسها الاعلام وإنما هي القـضايا الخاصـة سواء كانت اقتصادية ام سياسية (نصر ا ،2007 ، 89).

يعرض نصر ا صورة سوريالية لواقع الاعلام العربي الجديد والـذي تبـرز فـضائياته فـي الواجهة كقائدة وموجهة تعتمد الآليات الاعمق تاثيرا في المتلقي، فحتى عام 2005 انتشرت على الأقمار الصناعية العربية اكثر من 260 منها معظمها تتبع القطاع الخاص، ويلفت الكاتب النظر الى تزامن هذه الهجمة مع تسويق المشاريع المصيرية للمنطقة كالشرق اوسط الجديد وغيرهـا، ويتساءل هل كان هذا التزامن عفويا ام ان الهجمة والمشروع هما شئ واحد.

ويستطيع اي مراقب محايد القول ان جردة حساب سريعة لمحصلة عمل الكثير مـن المحطـات التي تحتل الفضاء العربي انما تقوم وبشكل منهجي بعكس واقع معاكس للواقع العربي، واقع هو اكثر ميلا الى كونه افتراضيا لا يتعرض للمشكلات الحقيقية التي يعاني منها النـاس افـرادا او جماعات ولا يقدم باي شكل من الاشكال اي نوع من الطروحات لحلها او فهمها، كما تعمل هذه المحطات وبشكل منهجي على تعميم ثقافة الترفيه غير الراقي من خلال انحطاطها الى مستويات غير مسبوقة بمستويات الدراما والموسيقى والاغنية واحلال ثقافة سفيهة تعزز السلوك الشاذ لدى الافراد وتميع الهوية الثقافية وتضرب التراث والفلكلور والقيم الثقافية الراسخة في ضمير الناس

ووجدانهم باتجاه ثقافة هجينة مولدة مجهولة ومحايدة الهوية تعتمد على الاثارة البصرية على حساب الكلمة والمعنى. وهو امر اوجد جمهورا خاصا هو اقرب الى الغوغاء متقلب الاهواء ينغمس بكل حماسة في تشجيع هذا المطرب او ذاك او هذا النجم الرياضي او ذاك، يصرف الكثير من الجهد والوقت في تقصي ومتابعة اكثر التفاهات اثارة على حساب الاولويات المعيشية والوعي على المستوى السياسي والاجتماعي والثقافي، وهو امر بات ينعكس بشكل جلي على القيم والمفاهيم الثقافية والاخلاقية التي تم تعميمها لدى قطاعات عريضة من مجتمعنا العربي، من خلال طبقة من الإعلاميين شبه الأميين والسطحيين يملأون اليوم وقت المحطات ويحضون بشعبية وقبول غير مسبوق لدى شرائح واسعة في مجتمعنا. كما عملت الكثير من المحطات على تبني الكثير من المواضيع الجدلية التي اثارت التناقضات على مستوى العائلة والقيم الاسرية العربية مما دفع بالكثير من الجدل والخلاف الى السطح بين افراد الاسرة الواحدة بين الزوج وزوجته والاب وابنه والبنت وابيها وامها، وهو امر تم تمريره تحت عناوين براقة من مثل حقوق الطفل وحقوق المرأة وحقوق المراهقين. بينما كان الجدل يهدف الى هدم القلاع الأخيرة التي كانت تملك السلطة والحق في مراقبة الأفراد وضبط سلوكهم وإعدادهم لتحمل المسئولية. ولا شك ان مسألة انفراط عقد الاسرة لدى المجتمعات العربية ذات الصبغة المحافظة هو من اكبر المشاكل التي نواجهها في هذه الأيام وتظهر على شكل مشكلات اجتماعية عويصة ومعقدة الحل كتفشي المخدرات والشذوذ والجريمة والتفلت الاخلاقي في مجتمعاتنا الحديثة.

ولا بد هنا من الاشارة الى الكثير من البرامج التي تم الترويج لها واحتلت الشاشات وصاغت تلك الحالة من الانفعال لدى جماهيرنا كتلفزيون الواقع او البرامج الاستعراضية المبهرجة التي اعتمدت المضامين الترفيهية الرخيصة لاشغال الافراد والجماعات، ويكفي هنا ان نقف امام حقيقة مفزعة من مثل ان تلفزيون الواقع الذي يبث على بعض القنوات يحضى بمتابعة واهتمام اكثر من خمسين مليون عربي وهو عدد هائل ونسبة مرعبة حين نعلم بالمقابل ان اي قضية من قضايا الأمة المصيرية لم تستطع تحصيلها او حتى الاقتراب منها. وبقول آخر ان جيش تلفزيون الواقع والحشود التي تتعصب لهذا الفريق او ذاك من فرق كرة القدم تفوق بكثير الجماهير التي تهتم بمتابعة ما يجري على الساحات العربية الملتهبة سواء على المستوى السياسي او الفكري، او العسكري. فجماهير اي لاعب من لاعبي كرة القدم يفوق اولئك المهتمين بما يحدث لمليون ونصف المليون عربي فلسطيني في غزة يعانون من القصف والحصار.

وتعبر ظاهرة المدن الاعلامية الحرة عن حالة الانفلات الاعلامي العربي ، حيث يلجأ الى هذه المدن افراد وجهات مجهولة النسب والهوية، تبث رسائل اعلامية مريبة تثير التساؤل عن

الجهات التي ترعاها او تمولها والاهداف العامة وراء انشائها. وعلى العموم فإن خيطـا واحـدا يمكن له ان يجمع بين معلن مروج واسراب من فتيات العـرض والمـزينين وفنيـي التجميـل ومصممي الازياء وقطعان من مدعي الفن والغناء والموسيقى لا يملكون سوى حركات بهلوانية ايحائية مثيرة للغرائز، يظهرون بكامل بهرجتهم والوانهم، كل هذا الحشد لا يهدف إلا لتماك عين المشاهد وابقائه في حالة من الانبهار والدهشة، بينما يتم العمل علـى تمريـر القـيم الجديـدة للاستهلاك والسلوك وتعمل الضوضاء والاضواء الساطعة على طمس مـا تبقـى مـن حقيقـة المشهد.

الفصل الثالث : تاريخ المعرفة هو تاريخ الاتصال

1- تطور نظريات الاعلام : النماذج النظرية الكلاسيكية المفسرة للتأثير الاعلامي

2- الوسيلة هي الرسالة والقرية العالمية.

1- تطور نظريات الاعلام: النماذج النظرية الكلاسيكية المفسرة للتأثير الاعلامي.

لقد استخدم مفهوم التأثير الإعلامي في بداياته للدلالة على فكرة مؤداها: أن تجعل الآخرين يستجيبون لرأيك او يسلمون به ويتطبعون معه. أو هي تلك العملية التي تربط بين المرسل والمستقبل عبر وسائل الإعلام وتساعد في تعظيم التشابه في الفكر والسلوك بينهما في اطار يجعل من المرسل مؤثرا مستقلا بينما يجعل من المستقبل عاملا تابعا، وهي عملية تختلف عن عملية التعليم القائمة على الشرح والفهم واكساب المعلومات والمعاني والتفاعل. مع ان هذا الاستخدام لمفهوم التأثير الإعلامي لم يكن مما يتفق عليه دائما (Defleur,1989,298).

على ان النظريات الاجتماعية والاعلامية قد ركزت كل منها على شكل دون آخر من اشكال التأثير الإعلامي فمنها ما ركز على الآثار السريعة والمباشرة ومنها ما ركز على الآثار التربوية وطويلة المدى وغير المباشرة، ومنها ما تناول تأثير الإعلام على القيم والسلوك واتجاهاته لدى الفرد، ومنها ما تناول تأثير الاعلام على الجماعات والثقافات والتنظيمات الإجتماعية، ومنها ما ركز على الجمهور كوحدة وكحالة اجتماعية متحولة.

ولقد تطورت ادوات ومناهج البحوث الاجتماعية في مجال التأثير الاعلامي خاصة في الولايات المتحدة التي برزت فيها الحاجة تلمس اتجاهات الجمهور والرأي العام في كافة المجالات السياسية منها والحملات الانتخابية والدعائية والاقتصادية - التسويقية والاستهلاكية، حيث مثّل المجتمع الامريكي حالة متقدمة في مجال الحرية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وهذا ما لاحظه ماكويل حول أغلب ما كُتب من بحوث عن آثار وسائل الاعلام وعلاقتها بالحملات الاعلامية والانتخابية والدعائية وحملاتها، رغم ان معظم هذه البحوث لا يمكن الركون الى مدى علميتها ودقتها بعد ان اعتمدت المناهج الكمية والتجريبية مقتفية في ذلك أثر التيار الجارف لمنهجيات العلوم الطبيعية، وطريقتها في تعميم الارقام والنتائج. فلم تكن العلوم الاجتماعية آنذاك قد تحولت الى النظرة النسبية الى الظواهر الاجتماعية والنظريات الحديثة التي تعتمد المنهجيات النوعية بشكل أوسع. (Maquail,1977,70).

وبالنسبة لبحوث التأثير الإعلامي عموما فيمكن القول انها بدأت في العشرينيات من القرن الماضي، بعد ان نضجت بعض العلوم الانسانية كعلم النفس وعلم الاجتماع وطورت الكثير من الأدوات البحثية والطرق الاحصائية والقياسية، التي يمكن من خلالها تقصي ابعاد الظواهر الاجتماعية المختلفة. وقد هيمنت في هذه المرحلة نظريات التأثير القوي لوسائل الاعلام والتي شاعت تحت مسمى نظريات (الرصاصة). وقد قامت هذه النظريات على فكرتين، اولاهما

مستمدة من مقولة اننا نتعامل مع جمهور يتكون من حشد من الافراد المعزولين كذرات مبعثـرة بلا رابط او علاقات، وثانيهما من مقولة ان الطبيعة الانسانية تشبه الـى حـد بعيـد الطبيعـة الحيوانية فالانسان كائن له تاريخ تطوري ويشكل موضوعا يمكن اخضاعه للتجريـب ويمكـن التأثير فيه وتغييره وإعادة صياغته (Defleur,1988,440).

وفي بداية الثلاثينيات بدا تأثير نظريات التأثير القوي بالتلاشي، بعد ان توثقت معرفة الدارسـين بوسائل الاعلام وطبيعة تأثيرها، وطبيعة الأفراد الذين يتعرضون لها. فقد استفاد الباحثون مـن بعض الدراسات في علم النفس والاجتماع حول السمات الشخصية والاختلافـات بـين الأفـراد والفئات الاجتماعية التي شكلت منظورات جديدة لدراسة التأثيرات الاعلامية. وبـدأ البـاحثون يلاحظون الاختلافات الكبيرة في قدرات الافراد وتنوع مواقعهم الاجتماعيـة وتبـاين الثقافـات الفرعية للجماعات والاختلاف في الجندر ومستوى الدخل والعمر وكلها متغيرات بـدأت تؤخـذ بعين الاعتبار في بحوث التأثير الاعلامي (Defleur, 1988,169).

وأما بداية الاربعينات فقد تزايد الاهتمام ببحوث الاستطلاعات للرأي العام بفعل تـأثير الحـرب العالمية الثانية. وهذا ما اكده لازرفيلد حيث اشار الى تأثير الحرب الكونية في زيـادة البحـوث التجريبية الاجتماعية تحت تأثير الطلب المتزايد من المؤسسات الرسمية، حيث باتت مسائل رأي الناس في الحرب ونظرتهم لها ومعنويات الجيوش من المسائل التي تهم الحكومات في قـضايا انخراطها في الحرب او وقوفها على الحياد. خاصة في الولايات المتحدة، حيـث نـشأت لهـذه الغاية مؤسسات بحثية متخصصة ذات صبغة اكاديمية وتسويقية لسبر طبيعـة مواقـف النـاس واتجاهاتهم وتسويق الافكار بما يخدم هذه السياسة او تلك من سياساتها (شيلر ، 1986 ، 140).

وهكذا وخلال هذه الفترة الممتدة من العشرينيات وحتى الاربعينيات من القرن الماضي ظهـرت الكثير من المفاهيم المرافقة للنظريات والمنهجيات المستخدمة. وتحولت الرؤية عموما من التأثير القهري للاعلام الى التأثير الضعيف، لكنها جميعا لم تنكر ان وسائل الاعلام تلعـب دورا فـي صياغة المواقف والاتجاهات السلوكية للافراد والجماعات. كما شهدت هـذه الفتـرة اسـتخدام منهجيات وادوات ومفاهيم متعددة في سياق تطور بحوث التأثير الاعلامي.

وأما المرحلة اللاحقة فقد امتدت من الاربعينيات حتى الستينيات من القرن الماضـي. وكانـت المقولة المهيمنة خلال هذه الفترة هي تلك القائلة بالتأثير المشروط لوسائل الاعلام، حيث برزت الكثير من النتائج التي تشير الى ان وسائل الاعلام لا تعمل بشكل مستقل ومباشر، ولكنها تعمل ضمن شروط وضروف معينة وبحدود. فلم يعد ينظر الى ان لوسائل الاعلام علاقات مباشـرة بالكثير من الظواهر الاجتماعية كالجريمة والسلوك العدواني، وقد بـرزت بحـوث لكـل مـن

لازرفيلد وهولاند وكلابر الذي قال : ان وسائل الاعلام لا تعمل عادة كسبب وحيد وكاف لخلق تأثيرات لدى الجماهير، لكنها تعمل بالواسطة ومن خلال عناصر تشكل سلسلة مترابطـة مـن الوسائط اللازمة لاحداث الأثر المطلوب (Maquel,1981,253).

وأما المرحلة التالية فقد بدأت في السبعينيات عقب ظهور بعض المؤشرات الجديـدة لتـأثيرات وسائل الاعلام خاصة التلفزيون. وقد احتدم الجدل في هذه المرحلة ايضا حول طبيعة التأثيرات التي تحدثها وسائل الاعلام على اختلافها، وتراوحت بين القائلين بعدم وجـود تـأثير لوسـائل الاعلام في ظل وجود عوامل اخرى مثل العوامل الشخصية والمكانات الاجتماعية والاستعدادات المسبقة للافراد وغيرها. ولكن ما ميز هذه المرحلة بالفعل هو انتقاد مناهج ونمـاذج البحـوث السابقة التي ركزت على التأثيرات الآنية والمباشرة لوسائل الاعلام، وفتح الباب امام البحـوث التي تحاول رصد التأثيرات البعيدة المدى لهذه الوسائل. وكذلك الاهتمام بما يحصله الناس مـن معارف بدل الاهتمام باتجاهاتهم الانتخابية وآرائهم في القضايا الآنية، مع الأخذ فـي الاعتبـار العوامل الوسيطة التي تدخل في معادلة التأثير الاعلامي من مثل عوامل دوافع الافراد وطريقـة استخداماتهم لوسائل الاعلام، اضافة الى التركيز على البنية القيمية والثقافيـة لـدى المجتمـع المبحوث اكثر من التركيز على الحالات الفردية وكذلك دراسة المـضمون الاعلامـي ومـدى التأثير المتعلق به (Maquel,1981,263). وعموما فإن هذه المرحلة انجزت الكثير من بحوث التأثير طويل المدى وكذلك بعض الدراسات الثقافية المقارنة حول تأثير ما تقدمه وسائل الاعلام من مضامين متنوعة، إضافة الى بحوث تتناول اللغـة الاعلاميـة المـستخدمة ودور اطـراف الاتصال وطبيعة عمل الاعلاميين، وبحوث الاجندا في وسائل الاعلام، وبحوث حول عمليـات التعليم والتوعية وغيرها.

وعموما فإن الكثير من الباحثين يرون ان بحوث وسائل الاعلام قدا اصابها نفس الانقسام الـذي طبع العلوم الانسانية منذ منتصف العشرينات، فهناك معسكران الاول يؤمن بالتجريب والنزعـة الكمية، والثاني يمثله النظريون الذين يؤمنون بالتحليل الكيفي. وأما التجريبيون فلم يميزوا جيـدا بين الحقائق الكمية والقيم النوعية، رغم انهم سيطروا على بحوث التأثير الاعلامي، لأن ارقامهم وإحصاءاتهم كانت تهم الكثير من المؤسسات الحكومية والاعلامية والسياسية وغيرها. وهـؤلاء عموما ينتمون الى المدرسة الاكثر تمددا وهي الوظيفية، وأما منافستها المدرسة الماركسية فلـم تبتعد كثيرا عن المنهج الامبريقي من حيث القياس والتكميم. وقد عملت بنفس الشكل الـوظيفي رغم انها تنتمي الى مدرسة نظرية أخرى. وقد نظر الماركسيون والليبراليون في الثلاثينات الى الاعلام بنفس المنظور، وانتبهوا الى الدور الخطير الذي يضطلع به. فتم استخدامه لاحقـا فـي

مرحلة ما بعد الحرب العظمى كسلاح ايدلوجي وثقافي وتعبوي وفكري ضمن اسـلحة الحـرب الباردة (Inglis,1990,134).

ومنذ نهاية السبعينات وحتى اليوم تطور نظام الهيمنة الثقافية والاعلامية الامريكية مـن خـلال استخدام ارفع اشكال التكنولوجيا الحديثة مثل الاقمـار الـصناعية والكمبيـوتر وبنـوك نظـم المعلومات، وقد ترافق ذلك مع حدوث تحولات سياسية واقتصادية وثقافيـة لـصالح الولايـات المتحدة وحلفائها الغربيون على وجه الخصوص. فقد تـداعى المعـسكر الـشرقي الماركـسي وتوسعت السطوة الاقتصادية الرأسمالية على العالم وموارده، فشهدنا سقوط العديد من الانظمـة السياسية والدول المعادية لتيار الرأسمالية الامريكية، حيث استخدم الاعلام كسلاح فتاك لا يقـل خطورة عن انواع الاسلحة الاستراتيجية الأخرى. ويبين شيللر ان نهاية الثمانينات شهدت تعاظم دور وسائل الاعلام الامريكية واضطلاعها بدور خطير في السيطرة على النظـام الاقتـصادي العالمي، اضافة الى تسويقها للسياسات الأمريكية على المستويين الداخلي والخـارجي ودفعهـا باتجاه تعميم المعايير الثقافية الامريكية. مما أدى لسقوط الحدود الاقتصادية والثقافية والـسياسية وتدفق المعلومات ووسائل الاعلام عبرها. رغم ان شيلر من القائلين بفكـرة المتلقـي النـشط والتجانس الثقافي بين المتلقين، وأن الخصوصيات الثقافية فقدت الكثير من قوتها التأثيرية علـى الافراد، وهو يركز على ما تتيحه تكنولوجيا الاتصال الحديثة من فرص واسعة امام المتلقي لكي يختار منها ما يناسبه رغم ان تلك التكنولوجيا لا تصل بنفس الدرجة الى الأفراد تبعا لتفاوتهم في القدرات ومستوى التعليم ومستوى الدخل وغيرها من العوامل (Schiller,1989,135).

وبشكل عام فقد برزت عدة نماذج تفسيرية ومدارس نظرية كان من بينها أولاً الاتجاه أو التيـار المعرفي الذي يشمل نماذج ونظريات التأثير الاختيـاري، ونظريـات الاسـتخدام والاشـباع، ونظريات مستوى المعرفة لدى الافراد ومستوى الفهم، وكلها نظريات تعتمد على بحـوث علـم النفس التعليمي وعلم النفس الاجتماعي، وتركز على دور الفرد في عملية الاتصال، أو بمعنـى آخر الابعاد النفسية والادراكية التي تتحكم بمستوى التأثير الاعلامي، سواء من خـلال ثقافتـه وتحصيله المعرفي او قيمه وآرائه وانماط السلوك التي ينتمي اليها والوسط الاجتمـاعي الـذي يعيش فيه. وقد قام هذا الاتجاه على مجموعة من المفاهيم كان من ابرزها مفهوم التأثير الانتقائي الذي يركز على التسليم بوجود فروقات بين الافراد والجماعات، حيث يرتبط الفرد بشبكة مـن العلاقات في محيطه الاجتماعي تلعب دورا كبيرا في انتقائه للمضامين الاعلامية التي يتعـرض لها اضافة الى درجة تعرضه وتفاعله مع هذه المضامين.(كامل ، 1985، 136).

وأما النموذج الثاني للاتجاه المعرفي فهو ذلك المتعلق بالاستخدامات والاشباعات وهـو يركـز على كيفية استخدام الافراد لوسائل الاعلام لاشباع حاجاتهم، حيث يفترض ان المتلقي له حاجات وهو قادر على الربط بين حاجاته واهتماماته، فالحاجات هي التي تفـرض مـستوى التعـرض وكيفيته لدى الافراد ونوعية المضامين التي يتعرضون لها او يستهلكونها.

وأما النموذج الثالث في الاتجاه المعرفي فقد ركز على مستوى ثقافة الافراد وتحصيلهم المعرفي وقدراتهم على الفهم، فهي التي تمكنهم من الحكم على الاشياء التي يتعرضون لها. وقد ركز هذا النموذج على الفروق والفجوات القائمة بين الافراد في مستوياتهم المعرفيه وقدراتهم الادراكيـة فهي المسئولة عن سلوك الافراد. وقد بين (فيشباين) ان تكوين وتغيير المواقف لدى الافـراد لا يرجع الى عوامل نفسية فقط بل يرجع الى كميات المعلومات المتوافرة لدى الافراد فهـي التـي تحدث الفرق في هذا الصعيد، كما بين ان هناك فرقا بين ما يعتقده الفرد ونواياه الـسلوكية مـن جهة وسلوكه الفعلي من جهة ثانية، كما ركز على عنصر المعايير الاجتماعيـة، وهـي تلـك العناصر التي تحدد ادراك الافراد لما يتوقعه الآخرون منهم، خاصة اولئك الذين يهمهم رأيهـم فيهم ، إضافة الى مدى رغبة الفرد في الالتزام بهذه المعايير .(كامل ، 1985، 138).

وأما الاتجاه او التيار الثاني في نظريات التاثير الاعلامي فهو النموذج الوظيفي. وقد قـام هـذا التيار على مقولات المدرسة الوظيفية في علم الاجتماع التي زاد انتشارها في النصف الاول من القرن الماضي، وقد برز من بين منظريها اسماء مثل فردنانـد تـونيز ولازرفيلـد ولازويـل وميرتون وليبمان وليرنر وشرام وغيرهم. وقد حددت هذه المدرسة وظائف الاعلام وآثاره على الافراد والجماعات بثلاث وظائف رئيسية، وهي كما حددها لاسويل مراقبة البيئة الاجتماعيـة، والربط بين اجزاء المجتمع في البيئة الاجتماعية، ونقل التراث الاجتماعي والثقافي مـن جيـل لآخر، اضافة الى وظائف ثانوية اضافها لازرفيلد وميرتون من مثـل مـنح وتعزيـز المنزلـة الاجتماعية للافراد، وتعزيز الانماط الاجتماعية لكي يسهل ضبط الافراد والسيطرة عليهم. هـذا اضافة الى وظائف الحـصول علـى المعلومـات وتنـشيط التفاعـل الاجتمـاعي والتـسلية (Wright,1959,9).

وبقيت النزعة غير النقدية والايجابية هي السائدة في المدرسة الوظيفية حتى بداية الستينيات من القرن الماضي (بعد انتشار التلفزيون). حيث ابرزت بعض بحوثها التأثيرات الـسلبية لوسـائل الاعلام على الافراد والجماعات. فظهرت البحوث التي تربط بين مستويات العنف لدى بعـض الافراد والشرائح الاجتماعية والمضامين التي يتعرضون لها. إلا ان البحوث التي ظهرت فـي فترة السبينيات الى منتصف الثمانينيات حاولت ابطال تلك العلاقة بين ما يعرضه التلفزيون وما

يشيع في المجتمعات الغربية من العنف، ومعظمها بحوث قامـت بـدعمها شـبكات التلفزيـون الامريكية والغربية (Sigman,1990,147).

ويمكن القول ان المدرسة الوظيفية لفتت الانظار الى مسألة الاتصال على مرحلتين وقوة تـأثير الوسط الاجتماعي في تغيير مواقف واتجاهات الافراد، فالمرحلة الاولى هي تلك التي تقوم بهـا وسائل الاتصال (الميديا)، واما المرحلة الثاني فهي التي يؤثر فيها قادة الرأي داخـل الجماعـة المرجعية التي ينتمي اليها الفرد، فالنقاش والسجال الذي يدور بين الأفراد داخل جماعاتهم يلعب دورا كبيرا في تحديد اتجاهاتهم ومواقفهم وسلوكهم، وقد بينت بعض البحوث ان وسائل الاعلام مثلا تلعب دورا محدودا في التأثير المباشر على مواقف الناخبين بينما يتولى قادة الرأي - وهم الأكثر تعرضا لوسائل الاعلام - التأثير في الافراد داخل كل جماعة.

كما تناولت الوظيفية موضوع الاشباعات والاستخدامات من مدخل يختلف عن المـدخل الـذي ركزت عليه النظريات النفسية والمعرفية، فقد ركزت هذه الاخيرة على الفرد ودوافعه النفـسية اكثر من الحاجات بمفهومها الاجتماعي. كما طرحت مفهوم فجوة المعرفة (knowledgegap) على يد بعض علمائها من امثال تيتشنر وأولين وغيرهم، وهي مسألة لفتت الانظار الى ان هناك عوامل تشكل فجوة هائلة في المعرفة وتفاوتا كبيرا في الفهم بين افراد الجمهور المتلقي، فـذلك الجمهور يتكون من افراد يختلفون في مستوى المهارات الاتصالية التي يملكونها تبعا لتعلـيمهم وبيئتهم الثقافية، فالاكثر تعليما سيكون بالطبع اكثر قـدرة علـى تحليـل المـسائل الـسياسية والاجتماعية المطروحه امامه في وسائل الاتصال، وكذلك فإن الافراد يختلفـون فـي مـستوى المخزونات المعرفية التي يكونونها عن موضوع معين، فإذا عرض هذا الموضوع في الاعـلام فإن الفجوة المعرفية تظهر بشكل اوضح بين افراد الجمهور الواحد، يضاف الى ذلك عوامل مثل العلاقات الاجتماعية عموما والتي تقرر نوع الصلة بين الافراد وبعض مجموعاتهم المرجعيـة التي توجههم او ترشدهم وكذلك فإن الفجوة المعرفية تظهر لدى اختلاف افراد الجمهور الواحـد في مستوى ونوع تعرضهم للمضامين الاعلامية، وهنا تبرز الانتقائية لدى الكثيـر مـن افـراد الجمهور حيث يختارون مضامين بعينها ويهملون أخرى. وكذلك فإن الافـراد يختلفـون فـي قدراتهم الادراكية وقدراتهم على التذكر وهذا يخلق فجوة كبيرة وتفاوتا بين الافراد في قـدرتهم على ربط الامور ببعضها كما ان ادراكها سيكون متفاوت العمق (Tichenor,1970).

ورغم الانتقادات التي وجهت للنظرية الوظيفية كونها ارتبطت بشكل واسع بالحملات الانتخابية في المجتمع الامريكي خصوصا، ولم تهتم بالدراسات المقارنة إلا انها القت الضوء على عـدد

من العناصر المهمة داخل العملية الاتصالية وساهمت في توضيح الابعاد الاجتماعيـة لعمليـات الاتصال والتأثير الاعلامي.

وأما التيار والاتجاه الرئيسي الثالث فهو تيار التفاعلية الرمزية الـذي اهـتم بتوضـيح عمليـة التأثيرالاعلامي من خلال اللغة وبناء المعنى ، وقد اهتمت هذه المدرسة النظرية بالاجابة علـى سؤال : كيف يطور الناس معرفتهم بالواقع الذي يعيشون فيه ؟. وقـد سـاهمت الكثيـر مـن التخصصات بالاجابة على هذا السؤال كعلم النفس والانثروبولوجيا وعلوم اللغة وغيرها ، وقـد استفادت بحوث التأثير من بعض مقولاتها النظرية اضافة الى ما اولته هذه البحوث من اهتمـام بدور وسائل الاعلام في نقل الوقائع ودور الكلمات والرموز وقواعد اللغة وطريقة اسـتخدامات المعاني في بناء المعنى لدى الفرد والجماعة .وعلى كل حال فإن لهذا التيار جذور قد ترجع الى العشرينيات من القرن الماضي لدى بعض الوظيفيين ، فقد قال والتر ليبمان ان الصحافة تساهم بشكل كبير في خلق الصورة التي ترسخ في اذهان الناس عن العالم، فهي تجمع وتنشر الاخبار وتفسرها ، فالأخبار الصحافية ليست مجرد مرآة للواقع الاجتماعي فالصحف غالبا مـا تتـدخل ليس في عملية اقرار الاخبار والسماح بها فحسب بل بتفسيرها للقراء. ومن هنا فإن ليبمان كان يعتقد ان الناس لا يتصرفون انطلاقا من الحقائق الواقعية ولكن من خلال ما يعتقدون انه واقعي وحقيقـي وهنـا يجـب البحـث عـن دور الـصحف فـي تفـسير المعـاني وشـرحها (Defleur,1989,260).وإضافة الى ليبمان فقد برز لدى لوين في الاربعينات مصطلح حارس البوابة (gate keeper) لوصف عمليات التدخل من قبل المؤسسات الاعلامية سواء بالاضافة او الحذف من قبل افراد يشرفون على تحرير الاخبار قبل نشرها . ولكن بحـوث بنـاء المعنـى تجاوزت مسألة حارس البوابة والرقابة والتدخل في نشر الاخبار الى مسألة جوهرية وهي نـوع المضمون الاخباري وربطه بطبيعة الجمهور والافكار السياسية الـسائدة اضـافة الـى النظـام الاقتصادي والسياسي السائد لدى المجتمع .

وتطورت بحوث هذا التيار الى النظر في عملية جمع الاخبار وانتخابها وإهمال بعض جوانبهـا والتركيز على بعضها الآخر إضافة الى العمليات اللاحقة التي يخضع فيها مضمون الخبر لنوع من النقاش والأخذ والرد والتشكيل ، ولا تتوقف هذه العملية بمجرد بث الخبـر ولكـن تلاحقـه عمليات التعقيب والتحليل، مما يترك أثرا بالغا في معاني الأخبار والتفاوت في فهمها واستقبالها من قبل افراد الجمهور . مع الأخذ بعين الاعتبار جميع العوامل التي تؤثر في مـضمون هـذه الاخبار من توجهات الصحفيين والمحررين الفكرية والايدلوجية الى سياسة المؤسسة الاعلاميـة

الى طبيعة العمل الصحفي في المؤسسة الاعلامية وطريقة جمـع الأخبـار وطبيعـة العلاقـة بالمصادر الاخبارية وغيرها.

هذا اضافة الى دراسة اللغة التي تستخدم لصياغة الأخبار حيث اللغة تشكل الحاضـن الرئيـسي لخلق الافكار والمعاني وطرق التفكير ، وليس اللغة اللفظية فقط وإنما لغة الجـسد والايمـاءات والرموز والعلامات والتي تشكل بمجموعها شكل الخطاب الاعلامي ودلالاته. بـل ان بعـض البحوث تعدت مسألة الصياغة اللغوية وبناء المعاني الى ما تخلقه وسائل الاعلام من معان جديدة تضاف الى القاموس الاجتماعي ، فالاعلام يبتدع المفاهيم الجديدة وينشرها ويخلق نوعا من الفهم الجماهيري المشترك لها (Defleur,1989,268)

ولا بد هنا من الاشارة الى ان اللغة الخبرية في العالم لم تكن في يوم من الايام لغة محايـدة او موضوعية، فمن الواضح ان من يصوغ الاخبار اولا هي تلك المؤسسات الاعلامية العملاقة من وكالات انباء او محطات او شبكات عالمية معروفة وتتمتع بامكانيات مالية وتكنولوجية ضخمة ، وهذه المؤسسات جميعا تتبع لنفس النظام الفكري والسياسي المهيمن عالميا، ولنا ان نتخيـل ان جميع الاخبار التي يتم تداولها سواء عن الدول الغربية الرأسمالية او عـن دول العـالم الثالـث الفقيرة تتم صياغتها في نفس الأمكنة وتحت اشراف نفس العقول. وهي من يسيطر على تقـديم كل ما يدور في العالم من احداث وفق نفس المعايير ووفق نفس التفسيرات، وهي من يقود جميع وكالات الانباء المحلية والصغيرة، انها ببساطة مصنع الاخبار ومنتجها وهي صاحب محـلات البيع بالجملة لمختلف الأحداث حول العالم. (عبدالرحمن ،231،1987)

وتتبع أهم وكالات الانباء الرئيسية العالمية مثل رويترز واسيوشيتد برس وفرانس برس لكل من الولايات المتحدة الامريكية وبريطانيا وفرنسا كما تحتكر هذه الدول معظم الانتاجات الـسينمائية والتلفزيونية وشركات الاعلانات والترويج عبر العالم ، وتسيطر الولايات المتحدة اضـافة الـى ذلك على اهم شركات الانتاج المرئي التي تعاظم نفوذها لتصبح القطب الاعلامي المتفرد الجديد في ظل تنامي السيطرة على شبكات التواصل الاجتماعي والنت وبنوك المعلومات الدولية وهـو امر سوف يزيد من حالة الاحتكار والتسلط في صياغة الانماط المعرفية والثقافية حول العالم.

ولا ننسى هنا ان نذكر بأن اتجاه التفاعلية الرمزية قد ضم بعض الباحثين الذين اهتمـوا بتـأثير وسائل الاعلام طويل المدى على الجمهور ، فقد رصد بعض الباحثين آثار مـشاهدة التلفزيـون لدى الأطفال على المدى الطويل ،وكيف تؤثر هذه المشاهدة على نظرة الفرد للحقائق من حوله، كيف يتم غرس الكثير من المدركات عن طريق الصورة التلفزيونية، وربما نستطيع ان نتخيـل هنا ان مثل هذه البحوث استغرقت مراقبة طويلة المدى امتدت لعقود على عينات من الاطفـال

نضجوا وتربوا في ظل وجود المضامين المتلفزة في حياتهم . كيف اثر ذلك في رؤيتهم لأنفسهم وللاشياء والمجتمع الذي يعيشون فيه، وكيف انعكس ذلك على سلوكهم في اتجاههم نحو العنـف او الجنوح، وتقوم هذه النظريات على فكرة الغرس الثقافي حيث يقدم التلفزيون خلال حياة الطفل وسنوات وعيه الأولى الكثير من الحقائق التي لا تنطبق على نظيراتها في العالم الواقعي، فينـشأ الطفل ليبني عالما متخيلا اكثر منه واقعيا، كما يشكل منظومة قيمية خاصة تقوم على الخـوف والشك تجاه بعض الأمور التي درج التلفزيون على تقديمها بشكل يثيـر الخـوف والريبـة أو الاطمئنان الى امور أخرى تتطلب حذرا اكبر وهكذا تناولت العديد من البحوث مثل هذه الظواهر الاجتماعية والنفسية لدى الافراد (Wimmer,1991,352).

يبقى ان نذكر بمشكلة رافقت الكثير من البحوث الاعلامية منذ نشأته، وهـي ان معظـم تلـك البحوث لم تكن مستقلة بالكامل عن الاعتبارات السياسية والفكرية والاقتصادية، يضاف الى ذلك قصور مزمن في مناهج البحث وادواتها في العلوم الانسانية، وهي مشكلة عامـة تعـاني منهـا معظم اتجاهات البحث في الظواهر الانسانية بسبب تعقد الطبيعة الانسانية وصـعوبة اخـضاع الانسان للتجريب، ولكن بلا شك فإن تلك البحوث على اختلاف مـشاربها واطرهـا النظريـة تعرضت لظاهرة الإعلام من جوانب عدة والقت المزيد من الـضوء علـى تـأثيرات وسـائل الاتصال في مجالات متعددة كان من اهمها مجالات الاشباع والاسـتخدام، ومجـال الاجنـدات الاعلامية وترتيب الاولويات، ومجالات الاعلانات والتنشئة الاجتماعية وكلهـا محـاور مهمـة اسهمت بتفكيك ظاهرة الاتصال الجماهيري والاعلام وساعدت بفهم الكثير من مكوناتها وبناهـا وآليات عملها (Wimmer,1991,360).

ومن بين جميع التيارات النظرية التي تناولت ظواهر التأثير الاعلامي يبقى التيار النقدي الـذي مثلته مدرسة فرانكفورت وافكارها التي تطورت على يد مفكري ما بعد الحداثة تمثل من وجهـة نظرنا الاتجاه الاكثر اصالة من الناحية النظرية العلمية كونه اعتمد على مقولات وافكار نوعيـة أكثر ثورية وراديكالية من تلك الافكار والمقولات التي نشأت فـي ظـل رعايـة المؤسـسات الاعلامية او المؤسسات السلطوية التي ساهمت بالضرورة في حرف الكثير مـن التـصورات والرؤى لصالح بعض الاتجاهات ذات الطابع الايدلوجي والمصلحي.

ويجب ان نسجل هنا ان التيار النقدي وتيار ما بعد الحداثة قادا الحركة الفكرية المقاومة لمعظـم التيارات الفكرية التي تبنت الافكار الليبرالية او التي تصالحت معها، وسوف نعرض اهم افكـار هذا التيار بشكل ملخص لاننا تبنيا الكثير منها وتوسعنا في شرحها في الكثير من مواقع وابواب هذا البحث .

لقد انبثق التيار النقدي تاريخيا من المدرسة الماركسية، فمعظم منظريه انطلقـوا مـن مقـولات طرحتها الماركسية في البداية لكنهم طوروها وتوسعوا فيها لدرجة دفعتها باتجاه الاستقلال عـن اصولها ولتتكامل فيما بعد مشكلة حالة جديدة في تاريخ الفكر النظري اطلق عليها اسـم التيـار النقدي بسبب تلك النزعة التي رافقت افكار هذه المدرسة منذ البداية وتأسيسها لتقديم رؤية عميقة تبتعد عن التيارات الفكرية التقليدية المهيمنة من ليبرالية وماركسية وتقوم على نقدها إضافة الى تمهيدها لظهور افكار ما بعد الحداثة التي عمقت نزعتها النقدية لتشمل المنظومـات المعرفيـة (الابستمولوجية) التي يقوم عليها الوعي الانساني.

لقد تركزت بحوث ممثلي التيار النقدي على الابعاد الفكرية ذات الطابع الايدلوجي المتحيز الذي يحدد مضمون وسائل الاعلام ووظائفها داخل البناء الاجتماعي، وعلاقـة النظـام الاقتـصادي المهيمين بوسائل الاعلام، وسيطرة اصحاب المصالح الماليـة والاقتـصادية الكبـرى عليهـا واحتكارها والتحكم بانتاج المواد والمضامين الاعلامية التـي تكـرس العلاقـات الاقتـصادية والاجتماعية القائمة داخل المجتمع وتعمم ثقافة الاستهلاك وتضلل الرأي العام وتزيـف وعـي الجماهير وتتحكم باتجاهاتها على كافة المستويات سواء منها السياسية او الاقتصادية او الثقافية.

وقد تأكدت الفكرة المحورية في التيار النقدي ومدرسة فرانكفورة وتبين صدقها عنـدما انتـشر التلفزيون وتبين ان هناك ناظما ايدلوجيا خفيا يسبغ كل البرامج التلفزيونية، فهي غالبا ما تميـل الى تغطية الفروق والاختلافات الاجتماعية من خلال تجنب هذه الاختلافات اوتجاهلها او تقديمها بصيغة التفافية وتصالحية من خلال الاخبار والدراما وكل المضامين التي يمكن ان تطرح قضايا المجتمع، ومن هنا فقد ظهر الرابط بين الايدلولوجيا الحاكمة في المجتمع وطبيعة وسائل الاعلام فيه، فالاعلام يتكرس بالكامل لتحقيق اهداف الايدلولوجيا الاجتماعية السائدة وهـي بالـضرورة تعبر لا عن مصلحة افراد المجتمع جميعا بل عن مصالح جماعـات وافـراد يـشكلون القـوى السياسية والاقتصادية الفاعلة داخل المجتمع، ومن هنا بدأ وضع مفـاهيم موضـوعية الاعـلام وحياديته على المحك، وكذلك تبين ان من الصعوبة بمكان الفصل بين مفهومي الدعاية والاعلام.

لقد طورت مدرسة فرانكفورت بعض افكارها، وذهبت بها الى الحـد الأقـصى مـن الكـشف والتعرية، فوسائل الاعلام تلعب دورا تآمريا على الجماهير وتتلاعب بها فهي تقلص اهتماماتهم بالسياسة والقضايا الحيوية لصالح صرف انتباه المواطن الفرد والهائه بمختلف اشكال التسلية، او اغراقه بالاخبار الخارجية عندما تكون الاحداث الداخلية هي الحاسمة وهي المهمة، وهنـا فـإن منظري مدرسة فرانكفورت يعتقدون ان التضليل الاعلامي اصبح الاداة الرئيسية بيـد الـسلطة للسيطرة على الناس واخماد اصواتهم وتصفير اي قدرة لهم على التأثير الفعلي بالقرارات التـي

تتخذها السلطة، ولكي تعمل وسائل الاعلام بكفاءة وتؤدي دورها في تزييف وعي الجماهير فلا بد من اخفاء هذا التضليل والتمويه عليه بشتى السبل وانكار انه موجود في الاساس.
وبالنسبة لمقولات الاتجاه النقدي فقد اجمعت على ان عمليات التطويع والتدجين للمتلقي المـرن تبدأ منذ سني الطفولة وضمن آليات السوق الرأسمالي، فالمنتجون والمعلنون يحرصون باستمرار على خلق السلعة اولا ثم تطويع احتياجات المستهلك لكي تتطابق مع هذه السلعة فتصبح حاجـة بدل ان تكون غرضا كماليا يمكن الاستغناء عنه، فتتحقق حاجات السوق بينما المستهلك يتـوهم انه لبى حاجاته ويبقى ضمن هذه الدوامة المفرغة، (Smyth,1982,264) وهذا هو ما يـدعون مفكري هذه المدرسة بحالة اغتراب المتلقي فلا يعود يتعرف الى حاجاته الفعليـة مـن جـسدية ونفسية وهذا هو الاغتراب عن النفس ولا يعود يتعرف على محيطه والآخرين ودوره ومكانتـه داخل المجتمع وهذا هو الاغتراب عن الواقع، وهذا هو الوعي الزائف حيث لا يعـود الانـسان يعي حاجاته وعلاقاته بالآخرين. وعموما فإن طبيعة ملكية وعمل وسائل الاعلام عزلت وسـائل الاعلام جانبها الانساني والعقلاني، واستبدلت بهما الجسدي والغريزي واللاعقلانـي، فحولـت المتلقين الى مجرد آلات مستهلكة، وتلاعبت بمحتويات الكثير من الملكات والحاجات الانـسانية الاصيلة مثل الحرية، فتحولت عن طريق التلاعب بوعي الانسان الـى حريـة الانـسان فـي الاستهلاك واما الافكار فتقدم كالسلع المعلبة وعليه ان يختار من بينها، وهذا انعكس على تكوين الانسان النفسي والاجتماعي فتحول الى انسان شبه مبرمج وآلي (ماتلار ،1991، 7).
وهذا ما تحدث عنه إريك فروم وسماه بشخصية رجل المبيعات، حيث يعي الانسان ذاته كـسلعة لها قيمة تبادلية في السوق لا من خلال قيمته الفعلية كانسان، فالانسان يتسلعن أي تحـول الـى سلعة في سوق البشر، فبمقدار ما حشي دماغه من مهارات وافكار نافعـة بـالمعنى التجـاري ويمكن توظيفه بشكل ناجح داخل ماكنات السوق فإن هذه هي قيمته وهي قيمة يمكن تحويلها الى نقود ،وهذا لا يختلف عن المجتمع العبودي .
كما اهتم هابرماس الذي افردنا له بابا في هذا البحث بتقصي الآثار النفسية والاجتماعية للاعلام في المجتمع المعاصر، مبينا ان هذا المجتمع يخلوا من اي مساحة او هامش اجتماعي حر، سماه بالمجال العام، كان هو السبب وراء ظهور الرأي العام الواعي في المجتمعات الاوروبيـة منـذ عصر النهضة، كما بين ان الاعلام قد اخضع الفن لكي يـؤدي دورا وظيفيـا تجاريـا داخـل منظومات السوق بعد ان كان الفن متساميا ومحفزا للتغيير والثورة اصبح من الادوات الرخيصة التي يستخدمها السوق لتكريس آلياته، وبين ان الفن يتحول الى سـلعة كغيـره مـن الـسلع . (Habermas,1979,123)

وركز ادورنو الذي توسعنا ايضا بشرح افكاره في غير مكان من هـذا البحـث، علـى حجـم التلاعب الذي يحدثه الاعلام بالتكوين النفسي والسمات الشخصية للافراد، فهم يتحولـون الـى افراد مكانيكيون يمتثلون بشكل آلي للقيم الشائعة في المجتمع يحركهم لاوعيهم ولـيس عقـولهم الواعية ، وربط ادورنو ذلك بالتكرار الذي تتبعه وسائل الاعلام كاستراتيجية للتلاعب بالسلوك، فالدعايات قائمة على التكرار، والبرامج التربوية والسياسية قائمة على استراتيجية تكرار الافكار بهدف ترسيخها في اللاوعي.

وركزت مدرسة فرانكفورت على الدور الخطير الذي يلعبه الاعلان في حياةالناس ، لقـد اهـتم الكثيرون منهم بتحليل ودراسة الاعلان كصناعة ومجموعة من الكودات الرمزية وآلية الحيـاة، فهو المعول عليه في صناعة الوعي، او صناعة الثقافة في المجتمع الاستهلاكي ،وقد بين آرمان ماتلار أن أثر الإعلان لا يتوقف عند دوره الترويجي للسلع بل انه غرس ثقافة عامة تطـورت وانتشرت وصولا الى هيمنة هذه الثقافة (الثقافة الاستهلاكية)، وبين ماتلار علاقة هـذه الثقافـة تحديدا بحجم السيطرة التي تفرضه الولايات المتحدة تحديدا على الاقتـصاد العـالمي ، وتتبـع ماتلارد تطور الاعلان عبر القرنين التاسع عشر والعشرين ورصد مظاهر تغيـره مـن حيـث الشكل والمضمون ، ورصد من خلال ذلك علاقته بالتكوينات الاجتماعية وانماط الاتصال التـي تقوم بينهم ، وبين ان الاعلان والدعاية انما يلعبان حاسما قيـادة توجهـات المجتمـع عمومـا وسياسته الداخلية والخارجية، ويكفي ان نعلم ان مئات المليارات من الـدولارات تنفـق علـى الاعلانات كل عام (ماتلار، 1991، 7).

كما درس هؤلاء كيف ان الشكل التجاري المحتكر لوسائل الاعلام يحافظ على احتكاره للسوق وضمان تسيده عليه ومنع اي شكل من اشكال المنافسة، وهو ما يشكل آلية من الآليات الخطيرة التي تتبعها الكثير من الشركات الصناعية الكبرى فهي اما شريكة او انها المالك الحصري للكثير من شبكات الاعلام.

يبقى ان نذكر بأن الاتجاه النقدي تميز بأنه قدم نموذجا مترابطا ومتكامل الفرضيات والمفـاهيم، فقد توضحت الوظيفة الايدلوجية الخفية لوسائل الاعلام وهي التي تقود الـى انتـاج المـستهلك والناخب بنفس الطريقة، وقد وجهت النظريات النقدية الكثير من النقد لنظرية المتلقي النشط التي راجت في الاربعينات والخمسينيات من القرن الماضي وبقي من يروج لها حتى اليوم. وبينت ان المتلقي غالبا هو متلاعب به من حيث لا يدري وهو منوم مغناطيسيا ومصادر الحرية. وتـشبه المدرسة النقدية مدرسة التبعية الثقافية التي ازدهرت في السبعينيات والثمانينـات مـن القـرن الماضي، فهي تقول ان علاقات التبعية الاقتصادية ادت الى فرض التبعية الثقافية على مجتمعات

الجنوب، ولم يكن ذلك ممكنا سوى من خلال فرض السيطرة والهيمنة على وسائل الاعلام التي دفعت باتجاه تسييد ثقافة الاستهلاك، وتتفق نظرية التبعية مع النظرية النقدية على فكرة ان الشركات الصناعية الكبرى والمؤسسات الاحتكارية متعددة الجنسية تتحالف مع حكوماتها من جهة وحكومات دول العالم الثالث المدعومة من بعض القوى الاجتماعية المنتفعة من جهة ثانية، وكل ذلك من أجل الهيمنة الاقتصادية على موارد هذه المجتمعات الفقيرة، وهي تعي ان ذلك لن يتم لها إلا من خلال هيمنتها على الاعلام في تلك الدول، وتقول نظرية التبعية ان هذه الدول تسعى لنظام اعلامي دولي يقوم على التجارة والربح والملكية الخاصة، والاحتكار والرأسمال . وهذا يتطلب مستهلكا مطواعا ومبرمجا من جهة والترويج للنموذج الثقافي الغربي بكامل آلياته وقيمه وسياساته وانماطه، ولا يمكن ان يتحقق ذلك إلا من خلال اعتماد آليات الاعلان والترويج والترفيه والالهاء المتبعة لدى المجتمعات الغربية، وقد بدأت الكثير من مجتمعات الجنوب بتقليد هذه الثقافة ونشرها والترويج لقيمها.

ويمكن تلخيص أهم مقولات نظريات التبعية الاقتصادية في مجال الاعلام أن الولايات المتحدة والدول الغربية عموما قد استعانت بتفوقها الاقتصادي والتكنولوجي وكرسته لفرض الهيمنة الثقافية والمعرفية على بقية دول العالم وبالذات دول الجنوب الفقيرة، وهي تستخدم شركاتها العملاقة والمؤسسات المالية الدولية التابعة لها كصندوق النقد الدولي ومنظمة التجارة العالمية من اجل تكريس التدفق الاعلامي المعرفي الغربي بشكل غير متوازن ومن خلال دعمها لبعض الحكومات الضعيفة المتواطئة معها وتمويل تكنولوجيا الاتصال وتمهيد الطريق للكثير من المؤسسات الاعلامية الضخمة للترويج لثقافة الاستهلاك الغربي في مختلف دول العالم على حساب اولويات هذه الدول وهوياتها الثقافية والقومية واحتياجات شعوبها(Sussman,1991,113).

2- الوسيلة هي الرسالة والقرية العالمية.

ما لاحظة بودريارد حول تحكم الصورة الاعلامية بمنظومتنا المعرفية لم يكن غير مسبوق فقد لاحظه مارشال ماكلوهان منذ ستينيات القرن الماضي. لقد انتبه الى قوة استحواذ الصورة والصوت على الجمهور، فقد شبه الناس بالأسماك الهائمة وسط طوفان الأخبار والمعلومات. وبين ان من يكتشف الماء هو بالتأكيد ليس السمك الذي يعيش فيه، فالجمهور برأي ماكلوهان يستقبل سيل الماء المتدفق الذي يأتيه بواسطة اللغة والصورة من دون أن يمنح القدرة على السباحة في الاتجاه الذي يريد. بل على العكس فمعظم الاحيان تجد الجماهير بتنظيماتها

الاجتماعية وقواها السياسية ً، تنساق من حيث تريد او لا تريد ضمن استراتيجيات الفعل والتأثير والصياغة والتوجيه التي يمارسها مجتمـع الإعـلام العـالمي عليهـا Media Unlimited (,May/18th/1988).

وماكلوهان المتخصص والمتفرغ لموضوع الاعلام يبني فكرته الاساسية على مبـدأ ان وسـائل الاعلام لا يمكن اعتبارها وسيلة محايدة لنقل المعلومات، ولكنها تتدخل في تشكيل عالمنا الـذي نعيش فيه .. انها تصوغ لنا العالم بكل عناصره وتفصيلاته، المسألة ليست مسألة اثارة لحواسنا، ولكن بحسب ماكلوهان فإن وسائل الاعلام تعدل نسبة استخدامنا لهذه الحواس من حيث لا نشعر ولا ندري، وهي بذلك تغير في واقع شخصياتنا ووعينا لما يدور حولنا من احداث، وبلغة اخرى فإنه يقول : "ان الوسائل التي ننقش عليها كلماتنا .. اكانت مكتوبة او مسموعة او مرئيـة، لهـا اهمية اكبر من الكلمات والمضامين والمعاني ذاتها" (wells, 1974). وهذا هو تحديدا ما يعنيه بمقولته الشهيرة .. (الوسيلة هي الرسالة) .. فاللغز بالنسبة له يكمن بطبيعة الوسيلة الاعلاميـة وليس بالمضمون الذي تمثله الرسالة .. الوسيلة هي التي تشكل مجتمعاتنا لانها تحـدد طريقـة وعينا بالاشياء من حولنا. وعليه فإن المذياع والتلفزيون والصحف والكتب واللغة هـي المهمـة كونها تمثل اشكالا ثورية من التكنولوجيا تدخل الى حياتنا فتعيد بناء وعينا بحـضورها لا بمـا تقدمه من مقالات أو اخبار او مباريات لكرة القدم او اي مادة اعلامية (wells,1974).

لا يمكن النظر الى وسائل الاعلام بمعزل عن تكنولوجيا هذه الوسائل اذا. لا يوجـد مـضامين مستقلة عن التكنولوجيا المنقولة عبرها. وحينما ينظر ماكلوهان الى التاريخ يأخذ موقفا يشبه الى حد بعيد موقف ماركس بحتمياته التاريخية ذات الطبيعة الاقتصادية او موقف فرويـد بحتمياتـه الجنسية. انها الحتمية التكنولوجية الاتصالية التي يرجع اليها ماكلوهـان التـشكلات التاريخيـة للمجتمعات البشرية عموما، فالتحولات البشرية الكبرى ارتبطت بنظر ماكلوهـان بالابتكـارات التكنولوجية الاتصالية التي زادت من سعة جهازنا العصبي الحسي، كاختراع اللغة ثم الحـروف ثم الطباعة فالكهرباء وصولا الى التقنيات الحديثة من إذاعة وتلفزيون. بدأ الانـسان بـاختراع اللغة المنطوقة التي فرقت بينه وبين الحيوانات الاخرى ومكنته من اقامة المجتمعات وتنظيماتها الاولى. ثم لعبت الكتابة دورا ثوريا في تطور وتحظر هذه المجتمعات وبنائهـا ضـمن نمـاذج تحاكي الحروف المكتوبة وتسلسها ، وبحسب ماكلوهان لم يكن من الممكن خلق اشكال جديـدة وفريدة من الوعي بالزمن وابعاده وامتداداته بدون الحروف المكتوبة ونـصوصها. فلـم يكـن الانسان يعي ابعاد الزمن الماضية والمستقبلية إلا بعد ان كتب النصوص بحروف ذات تراتبيـة سابقة ولاحقة، وعندها فقط اصبح التنظيم الاجتماعي يمتد للماضي وللمستقبل بعد ان كان يمثـل

الحاظر فقط. لقد اصبح الزمن ثلاثي الابعاد. واصبح المجتمع يمتـد ليغطـي ابعـاد الماضـي والحاضر والمستقبل، وهي حالة غير مسبوقة ضمن الحقب التاريخية التـي سـادها الاتـصال الشفاهي (wells ,1974).

وبحسب ماكلوهان فإن الحرف المكتوب والمطبوع جعل من حالة استقلال الافـراد وانعـزالهم وتخصصهم امرا ممكنا بعد ان فرضت تكنولوجيا الاتصال الشفاهي تنظيما اجتماعيا قبليا بـدائيا فرض تكتل الناس وتجمعهم وتقاربهم لاتمام عملية تبادل المعاني. لقد ساهم الـنص المطبـوع الذي دشنه اختراع جوتنبرغ في القرن الخامس عشر في خلق وتجذير فكرة الحرية الفردية التي قامت عليها بنية المجتمعات الغربية الحديثة. ولم يعد ينظر الى التكوين الاجتماعي إلا باعتبـاره مجموعة من الافراد المنفصلين عن بعضهم البعض. وأما تكنولوجيا الكهرباء فعملت على العودة الى الحالة العشائرية والقبلية عن طريق اعادة ترتيب الناس على اساس المسائل المشتركة بينه، وعدنا نرى من جديد حالة الاتصال ضمن شروط الافراد الذين يشكلون جماعة قبلية ولكن هـذه المرة فإن القبيلة لا يجمع بين افرادها روابط الدم والجد المشترك. وإنما الاهتمامات المـشتركة (Levinson,1999).

انها التكنولوجيا بشكل عام اذا، وفقط التكنولوجيا ما شكل عبر التاريخ هذه الامتدادات للمجتعات وللانسان ولجهازه العصبي. فالكساء والبيت بالنسبة لماكلوهان هو امتـداد لجهازنـا العـصبي المركزي وهو ما أمن لنا الحماية من الطبيعة بشكلها العاري والصارم، وهو ما عمل على الغاء حتمياتها وتكييف وترشيد احساسنا بها. وهو امر انعكس على وعينا بحقيقتها فنحن نعـي كمـا نحس . وقياسا على هذه القاعدة فكاميرا التلفزيون هي امتداد لاعيننا وقدرتها على النظر وادراك الاشياء .. والسماعة والميكروفون هو امتداد لآذاننا واحبالنا الـصوتية. وأمـا الآلات الحاسـبة والكمبيوترات فهي امتداد لمكنات عقلية لم تكن في يوم من الأيام بهذه الوفرة وهـذا الاتـساع. وبهذا فهي امتداد للادراك البشري. ورغم ان ماكلوهان يبدو اكثر تفاؤلا من نظرائه من الفلاسفة والمفكرين، ولا يتبنى موقفا متوجسا وقلقا نحو الاتجاه الذي تسير فيه حركة التطور التكنولوجي عموما. إلا انه يلفت النظر الى حساسية الحالة التي وصل اليها الانسان. فبنفس الدرجـة التـي وفرت فيها التكنولوجيا الوقت والجهد بالنسبة للافراد والمجتمعات إلا انها سهلت ايضا الوصول الى الانسان والاستفراد به. فيد المجتمع اصبحت طويلة وادواتها خطيرة، وهو امر يمكن ان يفقد الانسان فرديته وحريته واستقلاله وما انتزعه من حقوق عبر القرون الاخيرة. ويمكن لهذه اليد ان تعيد استعباد الانسان من جديد (Levinson,1999).

وتوضيحا لفكرة ماكلوهان الاساسية حول امتداد حواسنا وملكاتنا العصبية واختلاف سمات كـل عصر بحسب معادلة التوازن بين هذه الحواس يمكن ان نـورد مثـال الكتـب والمنـشورات المطبوعة وما احدثته من تغير جذري على بنية المجتمعات الغربية خلال القرون الماضية. وهنا يبين ماكلوهان ان الافراد شرعو بالحصول على معلوماتهم معتمدين على حاسة الابصار منذ ان دشن عصر الطباعة تاريخهم الحديث، وان هذه الحاسة التي تقرأ الرموز المجردة (الحروف) قد حلت محل حاسة السمع وكلمتها المنطوقة التي انتهت سنوات مجدها مع بدء تـداول اول نـص مطبوع . فقد حولت الطباعة الحروف الى اصوات مرئية كرموز مجردة. وقد ساعد المطبـوع على وضع الاشياء ضمن نظام معين فيه تصنيفات وفئات. وهو امر ساهم ،حسب ماكلوهـان، بخلق الاقتصاد الحديث المعتمد على الجداول والاصناف والاسعار.اضافة الى تاسيـسه لـلـنمط البيرقراطي والتنظيمات الحديثة للدولة كمؤسسات العسكر والتعليم والقضاء والضبط الاجتماعي ..لقد ادى المطبوع في النهاية الى خلق الاقتصاد الحديث.

يقول ماكلوهان في كتابه مجرة غوتنبرغ (The Gutenberg Galaxy) :"ان الطباعة هي التي ساعدت على تكوين ثقافة اوروبا الغربية منذ القرن الخامس عشر وحتى القرن التاسـع عـشر حيث دفع انتاج المادة المطبوعة على المستوى الجماهيري الى تشكيل القوميات، كمـا اتاحـت المواد المطبوعة انتشارا واسعا وسريعا للمعلومات مقارنة بما كانت تسمح به المـواد المكتوبـة باليد. وهذا ما ساعد على اعادة تشكيل وعي الانسان الغربي، فبينما كان الاوروبي القديم ينظـر الى التاريخ كأحداث منفصلة ومعزولة اصبح انسان عصر النهظة ينظر الى التـاريخ كسلـسلة متصلة من الاحداث. وهو ما انعكس على تشكل تاريخ للقوميات. هذا بالاضافة الى ان المطبوع جعل من ظهور وانتشار البروتستانتية امرا ممكنا، وكذا حال كل الافكار الخلاقة التي لم يكن من الممكن ابداعها بدون الكتب التي مكنت الافراد من التفكير بشكل منفرد ومنعزل ومستقل. يقول ماكلوهان أن ((جميع الأشكال الميكانيكية برزت من استنساخ نظام الحروف الطباعية المتحركة، فالحروف شكلت نموذجا لعمل كل الآلات))، هذه الثورة التي حدثت بفضل المطبـوع فـصلت (القلب عن العقل) و (العلم عن الفنون) مما أدى أخيرا إلى سيطرة التكنولوجيا والمنطق السطري (Levinson, 1999).

وبصرف النظر عن المدى الذي ذهب اليه ماكلوهان في نظريته التاريخية فإن ما يعنينا بدرجـة اكبر هو نموذجه النظري الذي صاغه لتفكيك واقعنا المعاصر الذي تلعب فيه وسائل الاتـصال دورها الأكثر حساسية وخطورة على الاطلاق، فماكلوهان يسمي المرحلة التي نعـشيها حاليـا بمرحلة (الدوائر الإلكترونية)، وهي تتمثل خصوصا في تقنيات التلفزيون والكومبيوتر. وبرأيه

فإن الإلكترونيات الرقمية شهدت ثورة توسعية في تقليدها لعمل العقل البشري، وضـعت نهايـة لأسلوب تجريد الواقع من خلال الحروف المرئية. وهي بذلك انما تعيد القبيلة للفرد مرة أخـرى كما فعلت تقنيات الاتصال الشفاهي في التاريخ القديم للبشر، وهو امر أنتج انقلابات وتـداعيات ثقافية واسعة النطاق (Levinson,1999).

ويوضح ماكلوهان أن الأنماط الكهربائية للاتصال، مثل التلغراف والراديو والتليفزيون والسينما والتليفون والكمبوترات شكلت حضارة القرن العشرين، فبينما تعايش انسان عصر النهظـة مـع الحروف المطبوعة، واقام تلك العلاقة البصرية معها كشئ متسلسل واحد في الوقـت الواحـد، يحكمه منطق التتابع والتشابك (المنطق السطري). فإن إنسان القرن العشرين اصبح مطالبا بـأن يقسم نفسه على اكثر من قوة جاذبة في عملية الاتصال في الوقت الواحـد، فوسـائل الأعـلام الإلكترونية شرعت الابواب باتجاه تحولات كبيرة في توزيع الإدراك الحسي لدى الافراد ،وهي ما يطلق عليه ماكلوهان اسم (معدلات استخدام الحواس)

ففي النص الطباعي داخل الكتاب نستخدم حاسة واحدة هي الرؤية. أمـا الـسينما والتلفزيـون فتجذبنا ليس بواسطة المشاهدة، لكن أيضاً بالاستماع. وتعمل وسائل الاعلام عموما على تعـديل نسب استخدام الحواس التي تعدل بدورها في عملياتنا الادراكية، فمدى استخدام اية حاسة يعمـل على تعديل الطريقة التي نفكر فيها بالاشياء من حولنا الامر الذي سيملي علينـا لاحقـا كيـف نتعامل معها، واستطرادا على هذه القاعدة فإن ادراك العالم الذي نعيش فيه يمكن ادراكه بـأكثر من طريقة بحسب تعديلنا لامتدادات حواسنا وهو امر سينعكس في النهاية علـى تغيـر يطـال الانسان المفكر ذاته، كيف يرى الاشياء وكيف يصنفها وكيف يتخذ موقفه منها. يرى ماكلوهـان ان استثمار الفرد لحواس جديدة في عملية اتصاله بالعالم الذي يعيش فيه ربما يعود به الى حالته الاولى التي كانت تقوم على الاتصال الحسي المباشر مع افراد قبيلته وجماعته الاولى. ولـذلك فإن ماكلوهان يرى ان وسائل الاعلام الجديدة قد بدأت بتشكيل ما يمكن تسميته بالقرية العالميـة (Global Village) حيث تتواصل جميع الثقافات حول العالم بشكل مباشر وهي ما يشبه الـى حد بعيد العودة الى القبيلة (مجلة عين القاهرة، العدد :102 /1988). اليوم يـستطيع الانـسان غير المتعلم المشاركة. وربما اصبح هذا الرجل الذي يعتمد على حاسة الـسمع فـي وصـوله للمعلومات، اكثر قدرة على التفاعل والتغير من الرجل المتعلم الذي يعتمد على الابصار او على القراءة التي تتطلب درجة عالية من التركيز، وبرأي ماكلوهان فإن الذي يعتمد على حاسة السمع غالبا لا يركز في المضامين وإنما يشرع برد الفعل مباشرة وأما الذي يركز على القراءة فهـو يحتاج الى التركيز وغالبا ما تأتي ردود افعاله متأنية وبفاصل زمني (Marchand :1990).

وهنا لا بد ان نلفت النظر الى نوعين من الجماهير. جمهور متعقل وهو الذي يقرأ الكتب غالبا، وجمهور متحمس لردود الفعل السريعة وهو الجمهور الأكبر عددا والـذي تحركـه المعلومـة المسموعة من خلال الاذاعة والتلفزيون وحتى الصحف التي تستقي اخبارهـا مـن معلومـات مسموعة عبر الهاتف والبث الكهربائي. ويبدو ذلك واضحا بالنسبة لماكلوهان حتى في الطريقـة التي نقرأ فيها الجريدة، فهي عبارة عن تنقل بين عناوين بلا رابط منطقي تسلسلي. وهو يقـول اننا ندخل الجريدة ليس بدافع المعرفة وإنما بدافع الاحساس بالمـشاركة. اننـا نـدخلها بـدافع الاشتراك الغريزي القبلي، حتى نشعر اننا جزء من الجماعة. انها تشبه الوسائل الـشفهية رغـم انها مقروءة. فلا يكمن اللغز اذا في عملية القراءة ولكن ماذا نقرأ وكيف نقرأ. الجريـدة تمثـل برأيه حالة من الموضوعات والصور والاعلانات والعناوين الفرعية لا يربط بينهـا اي رابـط. وهي بذلك تمثل حالة شفهية قبلية تشاركية. وهي تعرض القارئ لشتى الموضوعات في جميـع انحاء العالم والتي في الاساس تم استقاؤها بواسطة التلغراف،والهاتف والهـدف مـن تقـديمها للجمهور هو زيادة اشتراكه في شئ ما على حساب فهمه الفعلي له. ورغم ان الافراد يقـرأون الجريدة لكنهم لا يمنحون تلك المسافة التي تمكنهم من ان يكونو منطقيين. وبالنتيجة ما ينطبـق على الصحيفة ينطبق على تكنولوجيا الكهرباء التي تهدف الى تشكيل حالة من رد الفعل السريع بين الجماهير وإبقائه في حالة من الحماس والحركة (Marchand,1990).

ويعتقد ماكلوهان ان الافراد يختلفون في نوعية الخبرات التي يستقونها من الوسائل الكهربائية ، ففي حين لا يركز جيل اليوم على الصورة الكلية التي تطرحها المادة الاعلامية سواء كانت فيلم او مادة اخبارية وإنما يركزون على بعض التفاصيل الصغيرة التي تشبه الى حد بعيد الطريقـة التي يراقب فيها الانسان البدائي القبلي هذه المادة (Marchand :1990). ويعتبـر ماكلوهـان الجيل الذي نشأ في كنف التلفزيون هم رجال القبائل الجدد، الذين برغم تمتعهم بتـوازن حـسي قبلي ، وهم يتصرفون بنفس الانفعال القبلي العاطفي الـديماغوجي (الـساخن) المتحفـز دائمـا للمشاركة والتفاعل على حساب التأني والفهم العميق لما يشاركون فيه.. وفي المقابل ورغـم ان ذلك قد يبدو كخاصية سلبية فإن ماكلوهان يقول ان الانسان السمعي القبلي اكثر قدرة على ادراك النمط وهو اساس العقل الالكتروني. وهو بذلك اسرع في التعلم من الانسان القارئ الذي يحاول ان يأخذ الكلمات واحدة واحدة، ويضعها في فئات ويترجمها في تسلسل متعب، ويبذل في ذلـك مجهوداً مضنياً. ورغم ان ماكلوهان يلفت النظر الى نقاط ضعف الاتصال الحـديث الـسماعي الكهربائي الا انه يلفت النظر ايضا الى ان الاتصال الطباعي القـديم كـان متحيـزا ومحتكـرا للمعرفة ومسئولا عن الاتجاهات السلبية في القرون الخمسة الماضية (Marchand,1990).

وباختصار فإن ماكلوهان يرفض رأي الكثير من الاراء التي يعتبرها سطحية فـي موضـوع وسائل الاعلام .. فالرأي القائل ان وسائل الاعلام لا تعـدو كونهـا اداة وأن الأهميـة تتعلـق بالمضمون الذي ينقل عبرها هو رأي سخيف لا يستحق المناقشة حيث المسألة اعمق من ذلـك بكثير، فمضمون الرسالة الذي ينقله التلفزيون قد يكون سخيفا كما هو الحال بالنسبة للكتـاب او الخطاب الشفهي، ليس ذلك مهما، وإنما المهم هي الرسالة التي تتضمنها العملية نفسها .. عملية الاستماع او القراءة انها طريقة استخدام الناس لحواسهم Sensory Patterns والطريقـة التـي تشكل في النهاية مواقفهم وردود افعالهم. ذلك هو المهم وذلك هو المعنى وراء مقولته المشهورة (الوسيلة هي الرسالة- the Medium is the Message) (رايت، 1983).

وقد نبه ماكلوهان الى تلك الأزمة التي تواجه اليوم مسألة التعليم الصفي المنهجي. حيث يعـيش الطالب حالة من النزاع الداخلي بين عالمين مختلفين فرضتهما وسيلتين مختلفتين مـن وسـائل الاتصال. فهو في حين يعيش بعمق ذلك العالم الخيالي السحري الـذي ينقلـه اليـه التلفزيـون ووسائل الاعلام الحديثة والذي يمنحه فرصة للتفاعل والاشتراك في الوقت الذي يفـرض عليـه الفصل الدراسي والمادة المطبوعة عالما آخر مبني على المعلومات المصنفة وغيـر المتـصلة ببعضها والتي يتم ادراكها على اساس المنطق التسلسلي الخطي القـديم ..وقـد فـسر النـسب المتزايدة من التسرب بين الطلبة على ضوء هذه النظرية .. مؤكدا ان التعليم يجب ان ينتقل من آليات التدريس وفرض المطبوع والمتماثل على الطلبة الى اساليب اخرى تأخذ بالاعتبـار مـا خلقته وسائل الاعلام الحديثة من آليات وأجواء للمعرفة (ربيع ،1973).

ويوضح ماكلوهان ان الوسائل الاعلامية الحديثة تتفاوت في مستويات احداث التفاعل وايـصال المضمون .. فهناك دائما مكانزمات خاصة بهذه الوسائل تجعل إحداها افضل من الأخرى فـي نقل مضامين معينة ، فنقل مباراة لكرة القدم مثلا عبر التلفزيون هو افضل منه في الراديـو او من خلال قراءة مقال عنها في الصحيفة، كان نقل تحقيق جنائي في الجريدة مثلا هو اكثر اثارة من نقله عبر التلفزيون (Defleur&Dennis ,1996).

الفصل الرابع: مدرسة فرانكفورت وصناعة الثقافة

1- صناعة الثقافة (Cultural Industry)
2- الثقافة الحديثة تصنع انسان الاتجاه الواحد
3- غياب المجال العام
4- الدولة المتوحشة مجتمع اللامنطق و انقلاب المفاهيم

1- صناعة الثقافة

وإذا كان ماكلوهان قد حلل ظاهرة الاتصال بمنظور فيه بعض التفاؤل فإن أدورنو يعيدنا الى تشاؤمية بودريارد، فالعودة الى القبيلة التي لم يرفضها ماكلوهان هي عودة للهمجية المرفوضة بحسب ادورنو وزملائه في مدرسة فرانكفورت (Horkheimer, Adorno, 2002). لقد كان السؤال الذي حير ادورنو يتخلص بكيفية ظهور النازية والفاشية المتوحشة في قلب اوروبا التي تجاوزت مرحلة التنوير، كيف تحولت اوروبا المتنورة الى مجتمعات ودول وأنظمة يمكن توريطها بالقتل والتدمير الى هذه الدرجة. انه التخلف والوحشية البدائية التي بقيت بذورها موجودة في تربة الثقافة الاوروبية الحداثية. بالنسبة لادورنو فقد تحول العقل الى أداة تملكها المراكز المسيطرة على الاقتصاد. وإلا فكيف يمكن للناس أن يؤمنو بالشخصيات التسلطية التي قادتهم الى حتفهم الكارثي. وبحسب ادورنو العائد الى اوروبا بعد الحرب العالمية الثانية فإن التنوير الذي حرر اوروبا من الاسطورة والخرافة باستخدام العقل قد سلم الانسان لقوى الاقتصاد التي ألغت فرديته وحولته الى مجرد ترس في آلة الإنتاج العظيمة يدور بلا ارادة منه ولا وعي بمصيره الذي يتوقعه ادورنو مظلما ، عندما اعلن ان " الانسان أتى من البربرية وهو يعود اليها مسرعا ، حيث ان التاريخ لا يتطور من التوحش الى الانسانية بل من المقلاع البدائي الى القنبلة الذرية (Horkheimer , Adorno, 2002).

ولكن لماذا ينظر ادورنو الى المستقبل بكل هذا التشاؤم ؟؟. سؤال اجاب عليه في الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي. انه ما تنبأ به سابقا في كتاباته الاولى. انها المسألة التي يسميها بـ (صناعة الثقافة). ففي عصر تغول الاقتصاد وانفلاته استطاع تحويل عناصر الثقافة البشرية الى سلع سوقية. الثقافة اصبحت صناعة تنتج ما يستهلكه الجمهور فقط. لقد اشتغلت الطبقات الاقتصادية المسيطرة على الطبقة العاملة حتى قبلت بالراسمالية، وكما اشتغلت عليها في حقب التاريخ القديم حتى تلغي عقولها وتعبد الاوثان فقد عادت بعد عصر التنوير وسيادة العقل الى الصنمية (الفتشية) من جديد. ولكن هذه المرة انها فتشية السلعة، فالجماهير تعبد السلعة.كل الاشياء تتحول الى سلع في اقتصاد السوق (Horkheimer , Adorno, 2002). وكل حاجات الناس تتحول الى سلع في السوق. حاجاتهم الجسدية والروحية، وإذا تمت تلبية هذه الحاجات سوف يصنع لهم السوق حاجات جديدة لتلبيتها. سوف يصنع لهم حاجات مزيفة يسعون لتلبيتها من جديد، وذلك في حلقة مفرغة يصعب الخروج منها. السلعة اليوم هي من يهيمن على حياة

الناس، فهي التي تتحكم باتجاهات الناس. في احلامهم وواقعهم. انها الصنم الجديد الذي ابتكرته الرأسمالية واقامت له المعابد والمزارات (Horkheimer , Adorno 2002).

يصور كل من هوركهايمر وأدورنو الاحتكار الخاص للثقافة الجديدة من قبل الطبقة المسيطرة بأنه يترك قهر الجسد الذي ظل ممارسا عبر عصور الاقطاع الى قهر الروح، حيث ان الطاغية لم يعد يقول إما ان تعتقدو مثلي أو ان تموتوا. بل انه يقول اليوم أنتم أحرار ولكن إن لم تعتقدو بما اعتقد فإن حياتكم لكم ولكن سوف تبقون غرباء بيننا. فمن لا يتكيف مع النظام الجديد فسوف تشل قدرته الاقتصادية وسوف يتعرض للتهميش. وهو ببساطة سوف يستبعد من السوق الذي يرفض كل من لا يخضع لمعاييره وهذا وحده كفيل بأن يقنع الآخرين بعدم صلاحيته. وكما كان الافراد في مجتمع الاقطاع يلتزمون بالأخلاق اكثر من السادة الذين يشرعون هذه الاخلاق. فإن الجماهير اليوم تتعلق بنجوم الاعلام وقصص النجاح وتعبدها اكثر من اصحابها (الناجحين) أنفسهم. إنها تشبه الأيدولوجيا المحكمة التي يتم من خلالها استعباد الناس المتعلقين بها. وهي ايدلوجية لها قوة نسخية فهي تنتج نسخا متطابقة الى درجة غير مسبوقة. الجميع يسعون لكي يصبحو مثل النجوم السينمائية التي تعرض عليهم. فما على الفتيات اللاتي يشاهدن نجمتهن المفظلة مثلا، سوى شراء الثوب الذي ترتديه على الشاشة أو التماثل معها بأي وسيلة، في تسريحتها او مشيتها وضحكتها، مع انها تعرف ان ثمة فتاة واحدة محظوظة هي التي ستفوز باللوتو (اليانصيب)، ولكن يبدو الجميع في الظاهر اصحاب حظ متوازي ومتساوي وهو امر تحرص صناعة الثقافة على التأكيد عليه دائما. وهنا في حمأة هذا الدين الجديد الذي يعرض للناس يطلب من الناس ان يكونو متشابهين فقط وأن يمتثلو للنموذج الذي يعرض عليهم ثم الانتظار للصدفة او الحظ. فالثروة والشهرة يمكن ان تتحقق بدون جهد يذكر، فقط يجب على الفرد ان ينتظر صناع النجوم ان يدخلوه الى جنتهم المليئة بكل ما هو شيق ومثير واستثنائي وبراق (Horkheimer, Adorno 2002).

صناعة الثقافة بكل فروعها بالنسبة لادورنو وهوركهايمر تسير وفق خطة محكمة، فهي تستغل التقنيات المعاصرة لكي تصمم عناصرها ومكوناتها ضمن اشكال ونسخ متشابهة وهي تمارس عملية تشبه الدمج للمستهلكين من الأعلى حتى الاسفل وبشكل متعمد (Bernstein,1991,99). وهي تخترق الثقافة بمستوياتها الرفيعة والهابطة بهدف تدميرهما. وقد درجت الثقافات منذ آلاف السنين على فصل مستوياتها الرفيعة في الفن والادب والموسيقى عن مستوياتها الشعبية البسيطة. وأما صناعة الثقافة فتستهدف المستوى الرفيع بحجة عدم رواجه في سوق المضاربة كما تستهدف المستوى الشعبي البسيط بحجة عدم مطابقته للشروط الحضارية الحداثية .وبالنتيجة

فإن قيم السوق تفوز وتسود بعد ان يتم تمرير هذا المشروع سواء بوعي من الجمهور او بـدون وعي منه والقاعدة دائما ان الجمهور وحاجاته الحقيقية لا يشكل الأولوية بالنسبة لقـيم الـسوق فالأولوية هي لرأس المال والربح (أدورنو،1991،85).

وصناعة الثقافة تمارس لعبة ذكية ، فهي تطرح سلعا ثقافية معيارية متشابهة ولكنها تبدو وكأنها تصمم للافراد كل على حدة وكل حسب طلبه، وتبرز هنا المقولة الشائعة ان الجمهور مختلـف وفرداني وحاجاته تبعا لذلك متنوعة، وأن السوق يتبع هذه القاعدة في تصميم السلع الثقافية لكل حسب حاجته وذوقه. ولكن ذلك غير صحيح على الاطلاق فما يبدو فرديا في الثقافة ما هـو إلا نسخة مكررة من نفس السلعة تشبه الى حد بعيد خط الانتاج الذي صاغها وليس حاجات الأفراد الحقيقية التي نفترض انها متنوعة في الاصل. ولكن عملية التمويـه مطلوبـة وهـي تمـارس كأيدولوجية ووعي زائف يتم بثه بين الجماهير لتشجيع عملية الاستهلاك، فكل فرد يحـس انـه كائن فريد في ذوقه والسلع التي يستهلكها في حين لا يعلم على وجه الحقيقة ان السلعة الثقافيـة التي يطلبها انما هي نفس السلعة التي يستهلكها الآخرون بنفس الكيفية (أدورنو،1991،87).

فمشاهد فيلم الكاوبوي الامريكي يشعر في كل مرة انه يشاهد شيئا فريدا بمـا يمنحـه شـعورا خاصا، بينما هو في الحقيقة يتلقى مرارا وتكرارا نفس الافكار ونفس المعايير ونفس الحبكـات القصصية بنفس الوقت الذي تشاركه الملايين من الافراد نفس التجربة بنفس التفاصـيل .. وان الملايين تخفق قلوبها لنفس الابطال ونفس الاحداث.

ومن جهة ثانية تشيع العبارة القائلة بأن الثقافة الجماهيرية في اسوأ احولها هي شكل من التسلية غير الضارة وهي تشكل استجابة ديمقراطية حرة لحاجات المستهلكين .. بينما يرى ادورنو انها تدمير منهجي لتنوع البشر وفرادتهم " الفيلم التلفزيوني يدمر الحانة الدافئة الى درجة تعجز عنها القنابل "(Adorno,1992,178). حيث يمارس تطويع الناس لنفس القيم الجماليـة والـسلوكية، المادة التلفزيونية تسعى الى خلق نسخ متماثلة من الافراد، انها تعمل على تعميم ايدلوجيا النظام الرأسمالي الشامل. انها صناعة الثقافة التي تعمل على تخدير الأذهان لـدى الجمـاهير بـشكل تدريجي لتصل في النهاية الى تطبيعها مع التطابق التام بشكل لا يسمح للافراد بالانحراف يمينا او شمالا أو المعارضة، وهنا لا يعود بمقدور الافراد رؤية او تخيل اي شـكل بـديل للنظـام الاجتماعي الموجود. وصناعة الثقافة تبنى ايدلوجيتها على التزييف لا الحقـائق، انهـا تـشغل الافراد بالحاجات المزيفة والحلول الاكثر تزييفا ووهمية، بينما حاجـاتهم الحقيقيـة ومـشاكلهم الحقيقية تبقى دون تلبية او حل. حيث تحل عالمية الانتاج التبادلي بحسب ادورنو محل الانتاج

الموجه لتلبية الحاجات الحقيقية للافراد، وهي عملية تحمل في طياتها معاملة الافراد المتنوعون على انهم متطابقون (Adorno, 1991).

ان صناعة الثقافة تعمد الى ترسيخ الشكل وليس الجوهر فهي تعمد الى تقـديم حلـول شـكلية لمشاكل الناس الحقيقية (Bernstein ,1991,99) ،فهي تنشر القناعات الكاذبة على انها بـديل للحلول الحقيقية لمشاكل الناس الواقعية، وهنا تحديدا نستطيع القول انها تصادر وعي الجماهير، فتغدو هذه الاخيرة مسلوبة الارادة بشكل كلي، وماذا يبقى حين نصل فـي النهايـة الـى آراء متطابقة وإجماع جماهيري يطيع السلطة المسيطرة، سوف يستقر النظام الرأسمالي حين يـصل جمهوره الى حالة يتم فيها استبدال وعيهم بشكل اوتوماتيكي الى الاجماع الكامـل او الغالـب، وهي الحالة التي يطمح هذا النظام الى الوصول اليها، وبحسب ادورنو فإن الوعي الجمـاهيري يسير بتسارع نحو الانهيار والتراجع، ويدلل على ذلك بمقولة يرددها صناع السينما الامريكيـة ويطالبون بها، فهم يقولون ان افلامهم يجب ان تأخذ بالاعتبار صناعة افلام يتفاعل معها الافراد بدءا من سن الطفولة، وهذا يبطن رغبتهم الفعلية بجعل جمهورهم كله يتطابق مع وعي الافـراد في هذه السن (Adorno, 1991).

في تحليله لصناعة الثقافة فإن المثال الاكثر شهرة بين امثلته انما هو ذلك الذي يسوقه ادورنـو عن الموسيقى الجماهيرية الشائعة التجارية، وهو يشير فيه الى الشركات الاحتكارية التي تصوغ هذا النوع من الموسيقى وتقدمه كسلعة للاستهلاك الجماهيري الثقافي على نطاق واسـع، ومـن خلال هذا المثال يكشف عن سلطة صناعة الثقافة والتغريب الذي تدفع الجماهير باتجاههة فـي المجتمعات الرأسمالية (Adorno, 2002).

وهنا تجدر الاشارة الى ان ما ناقشه ادورنو كظاهرة سلبية ظهرت في امريكا منتصف القـرن الماضي هو نفس ما اصبحنا نعانيه في عالمنا العربي هذه الايام بعد ان طفرت الى السطح تلك الشركات التي تتولى انتاج الثقافة الاستهلاكية للموسيقى والاغنية والـدراما، بـشكل احتكـاري اغرق السوق بمادة ثقافية استهلاكية لا تعالج المشكلات الحقيقية التـي يعـاني منهـا الافـراد والجماعات في مجتمعاتنا. وتتولى اعادة قولبة الثقافة السمعية كالغناء والموسيقى عمومـا الـى ثقافة تكرس لخدمة الاستهلاك والصناعة. فما يهم الكثير من مشاهدي منتجات روتانـا مـثلا لا يتعدى ما تحمله المغنية على جسدها من ثياب واكسسوارات، او تسريحة او مظهر عام. وكلهـا سلع يتم تسويقها عبر قوالب متشابهة، حيث الأغاني تشبه بعضها الى درجة التطابق احيانا. وما يتغير هو السلع المعروضة للاستهلاك.

واستطرادا فإن فقدان الفن الحقيقي برأي ادورنو هو امر مفصلي وخطير، فـالفن الـذي يفقـد جوهره وخصائصه الاساسية ويتجرد من تلك الطبيعة اللغزية والفريدة ويتحـول الـى سـلعة معروضة للاستهلاك الجماهيري يفقد زمام القيادة التي طالما اضطلع بها لاحداث التغيير داخـل المجتمعات عبر تاريخها الطويل (جريدة الزمان: العدد 1402 ،2003).

وهذه العملية وفقا لرؤية ادورنو تهيمن بواسطة عمليتين، الاولى هي المعايرة التطابقية والثانيـة هي الفردية المزيفة (Adorno, 2002). فالاغاني الجماهيرية الشائعة مثلا هي متـشابهة فـي الجوهر حد التطابق ، فلا تكاد تقدم شيئا متمايزا او فريدا، بل على العكس هـي تقـدم نـسخا مكررة الى ما لا نهاية، فلها نفس البنية وتعالج نفس الموضوع ومن الممكن لبنيتهـا ان تتبـادل المواقع بدون اي اخلال بفحوى هذه الاغاني التي تطرح على نطاق استهلاكي واسع، ولكن هذه الشركات تصر دائما على اخفاء هذا التشابه من خلال الباسه زخارف وبراقع خارجيـة ملونـة وتنويعات اسلوبية شكلية تظهرها لغير العين المدربة على انها تتمتع بالفرادة والتنوع، لكن هذه الفرادة لا تمس الجوهر ولذا فهي برأيه فرادة مزيفة (Durham& Kellner;2001,55)، انها تفتقد لاي مستوى من الاصالة او القيمة التوثيقية او الاثارة الفكرية، وهي تطـرح لاصـطياد المتلقي او المستهلك الغافل الذي لا يعي الدور الحقيقي للفن الخلاق في الحياة الفكرية والابداعية للمجتمع. انها مثل الاختلاف بين موسيقى يتم خلقها بنسخ لا نهائية يتم معايرتهـا علـى خـط الانتاج لصناعة الثقافة، وبين موسيقى تعبر عن خلـق وإبـداع حقيقـي وفريـد كالموسـيقى الكلاسيكية (Wilson ,2007,43).

في موسيقى بيتهوفن فإن الاجزاء لا تتخلى عن الكل وهي تقود اليه دائما وتستدعيه وهي تكون منتجة من الكل ، اما الموسيقى الجماهيرية فإن العلاقة بين الجزء والكل تكون اعتباطية والجزء ليس له علاقة بالكل ويبدو الكل كإطار غريب غير ذي صلة. ويضيف ادورنو ان واحـدة مـن التحديات التي تقف امام هيمنة السلعة وصناعة الثقافة تأتي من الموسيقى الحقيقية الجادة التي لا تدخل في معاييرها العناصر الاستهلاكية السلعية والتي تأتي فريدة ومعبرة عن تجربـة خلاقـة واصيلة وغير معيارية (Durham& Kellner; 2001,55).

وبرأي ادورنو فإن كثيرا من الجماهير الذين يستمعون الى الموسيقى الجماهيرية يقعون ضـحية المظهر الخادع بأنهم يستمعون الى شئ جديد ومختلف، وهو ما تحرص ادوات صناعة الثقافـة على الايحاء به للمستمع الذي يتوق الى حرية الاختيار في المجتمع الليبرالي المنفتح والذي يقوم على الفرادة والسوق المفتوحة ، وهنا يأتي دور المعادل المعياري للفردية، وهو الفردية المزيفة، ولكن بنظرة فاحصة الى الطوابير التي تقف امام محلات بيع الاغـاني التـي تحقـق النجـاح

المزعوم ندرك ان المعايرة هي سيدة الموقف، وان ما استمعو اليه انمـا هـو تكـرار لمـادة استهلكوها في السابق (Adorno, 2002).

وهنا نستطيع القول ان تلك الظاهرة التي تثير جدلا واسعا في اوساط المثقفـين العـرب عـن الموسيقى المعلبة التجارية التي تهيمن على دنيا الفن في عالمنا العربي اليوم إنما تندرج تحـت نفس القاعدة التي حللها ادورنو في منتصف القرن الماضي. فهذه الجماهير التي نراهـا تتـدافع على ابواب المسارح وتكتض بها المدرجات والمسارح لحظور حفلة لهذا المغنـي او ذاك هـي جماهير نكوصية او صبيانية بحسب تعبير ادورنو. "انهم يتصرفون كالأطفال، مرة تلو اخـرى يطلبون طبق الحلوى الذي اكلو منه سابقا مرات ومرات ،ان نمط الاستماع الرأسمالي يتطلـب ذلك اللهو والغفلة من قبل الجماهير، فالأفراد يهربون من مواجهة الواقع بالتسلية التي لا تحتاج الى تركيز" (Durham& Kellner;2001,46)

2- الثقافة الحديثة تصنع انسان الاتجاه الواحد

ويشارك ادورنو في هذه الرؤية زميله في مدرسة فرانكفورت ماركيوز حيث يؤكد كـل منهمـا على التدمير المنهجي الذي تتعرض له الذات الثقافية في هـذا المحـيط المـتلاطم مـن دنيـا الاستهلاك. وهي صيغة اقل تشاؤمية من الصورة التي رسمها مفكرو ما بعد الحداثة - ومـنهم بودريارد - لهذه الذات والذي اعلن موتها بعد ان تم اختزالها الى (أثر للغة والخطاب) وبحسب بودريارد إنه الموت الذي وصل اليه مجتمع تتحكم به الصورة التي حلت محل الواقع بدلا مـن ان تعبر عنه، ومن يحتكر تقديم الصورة يغلق الباب امام اي نقد او تعدد في الرأي تجاه الوضع القائم (هاو،1992).

وأما ماركيوز الماركسي الجذور فربما بشر بالكثير من الأفكار التي تشبه الى حد كبير أفكـار بودريارد برغم فارق العصر بينهما. فالأثر الذي تحدثه ثقافة الاسـتهلاك وصـناعتها يتعـدى المستوى الفكري الى المستوى البيولوجي. وماركيوز بالتأكيد يذهب الى ابعاد تتجاوز الماركسية الكلاسيكية بكثير، حيث يعتقد ان الحاجات التي ينتجها المجتمع الصناعي اليوم تؤثر في البنيـة الانسانية بشكل اعمق مما ذهب اليه ماركس في مسألة الاستلاب الانساني ذوالطـابع الثقـافي، فالمسألة بحسب ماركيوز تصل حتى الى البنية الغريزية للانسان، ويرى ان هناك محاولة حثيثة من قبل سلطة المجتمعات الحديثة للوصول الى البعد البيولوجي للانسان في سبيل مزيـد مـن التحكم والاخضاع للفرد، انه بعد جديد يستهدف التلاعب بالحاجات الطبيعية الانسانية عن طريق استبدالها بحاجات غريزية أخرى جديدة (حسن، 1993 ،188). وهو يشير الى ان القمع الـذي

يمارس اليوم على الناس ليس نفس القمع القديم الذي مارسته الدكتاتوريات التقليدية، فهو ليس قمعا خارجيا ينال من حرية الانسان السياسية والاقتصادية فحسب، بل امتد الى مناطق كانت تعد في السابق غير قابلة للاختراق، لقد اغتصب القمع الحديث حرية الانسان الداخلية وهي التي كانت تمثل آخر حصون المقاومة البشرية وهامش الحرية الاخير المتبقي، لقد تمكنت السلطة من ذلك اخيرا باستخدام سلاح التكنولوجيا المتقدمة، التي كرستها في الإعلام. ان قمع الانسان الحديث يتم اليوم باسم العقل وهذا النوع من القمع يدافع عنه ضحاياه انفسهم بدل ان يقاوموه، وهو حال المجتمعات الاستهلاكية التي تدافع اليوم عن رفاهيتها الزائفة، بعد ان استطاع المجتمع الحديث تغيير حاجات الانسان الجسدية والروحية في المقام الاول ثم تلبية هذه الحاجات في المقام الثاني (حسن، 1993، 189).

وماركيوز يرى ان شبح البعد الواحد في المجتمعات الصناعية قد امتد ليغزو جميع مجالات الحياة الانسانية، فالسلع والخدمات التي يقدمها الجهاز الانتاجي تلعب دورا حاسما في فرض النظام الاجتماعي ومنحه الشرعية المطلوبة، فوسائل النقل والاتصال الجماهيري والمساكن والطعام والملابس ومختلف وسائل الترفيه والتسلية، وصناعة الصحافة والاعلام انما تخلق ردود افعال فكرية وعاطفية معينة تربط المستهلكين بالمنتجين بطريقة قد يستسيغونها او لا يستسيغونها، ولكنها تربطهم أخيرا بالمجموع. المنتجات تخلق وعيا زائفا محصنا ضد ما فيه من زيف (حسن، 1993، 91).

تنبه ماركيوز في خمسينيات القرن الماضي الى الآليات التقنية التي تصوغ المجتمع الاستهلاكي. وهو يقرر أن هذه الصياغة انتهت الى حالة من الإفساد الفعلي للانسان كونها حققت نجاحات في صناعة ما يسميه بـ (انسان السوق) لافتا النظر الى ان هذه الآليات التي ابتكرتها القوى الرأسمالية قد عملت على غرس الكثير من الحاجات الزائفة لدى الأفراد ودفعتهم الى حالة من اللهاث المستمر وراءها خلال نظام جديد من انظمة الاستلاب للبشر. فهو يقول أن الناس اصبحوا لا يتعرفون الى شخصياتهم إلا من خلال المواد البضاعية التي يستهلكونها، حيث باتو يجدون جوهر وجودهم في سياراتهم وأجهزتهم التلفزيونية الحديثة وبيوتهم الانيقة وألادوات التي يستخدمونها في حياتهم اليومية لدرجة ان الصلة التي تربط الفرد بمجتمعة قد تبدلت بشكل كلي ، فبدل ان تكون اجتماعية تشاركية تعاقدية تضمن حرية الفرد وحرية المجتمع في التغيير ضمن ضوابط الرقابة الاجتماعية، اصبحت الرقابة الاجتماعية تلك تعمل على هدف مركزي واحد وهو ضبط ايقاع الوعي داخل المجتمع لمنع اي تغيير جذري فيه (ماركوز،1988). فالافراد لم يعودو احرارا بالمعنى الحقيقي للكلمة، وأن ا الحرية التي يتم الترويج لها انما هي

تلك الحرية الزائفة التي يمكن توظيفها في في تنشيط عملية الاستهلاك ، فالفرد حر في الاختيار بين بدائل استهلاكية حددت له سلفا، ولا يعرف بأن اختياره هذا انما هو مضبوط بشكل مسبق، لقد ضبط وعيه بحيث يستبعد من خيارات تفكيره اي بديل فعلي للواقع الذي يعيش فيـه. يـشبه ماركيوز تلك الحرية بالحرية التي تمنح للعبد لكي يختار احد اسياده ، لا الحرية التي تطلقه من العبودية(ماركوز ، 1971). وماركيوز بالطبع لا يخدعه الشكل الظاهر للحرية في المجتمعات الحديثة ولكنه ينفذ الى العمق الى الحقل الذي تم اسبطانه في وعي الافراد والجماعات، باستخدام التكنولوجيا الحديثة لوسائل الاعلام والميديا، فجعله يرغب بأشياء منمطة ومعممة بعينها ، دون وعي حقيقي منه بطبيعة هذه الاشياء، فوسائل الاعلام تلعب دورا في صناعة الأذواق وفبركتها. ولهذه الغاية فإن ماركيوز ينحت مفهوما جديدا لتصوير حالة الانسان في عصرنا الحديث. انـه مفهوم (الانسان ذو البعد الواحد)، ذلك الانسان الفاقد لحريته الحقيقية. والتي عندما يفقدها فإنما يعيش ببعد واحد، لانها هي التي تمنحه ابعادا متعددة، والبعد الواحد تبعا لماركيوز هو الذي تـم تصميمه سلفا، انه بعد الاستهلاك وفقط الاستهلاك الذي يمنح قدرة على الاختيـار بـين بـدائل متماثلة، انه انسان المجتمع الحديث الذي تم تسطيحه بواسطة وسائل الميديا (ماركوز ،1988).

ويلفت ماركيوز النظر الى الطاقات الفكرية والتقنية الهائلة التي يمتلكهـا المجتمـع الحـديث، وكيف يمكن ان تستغل في تحقيق الهيمنة على البشر، فالتكنولوجيا يمكن ان تصبح بـديلا عـن العنف الذي كان يمارس بالامس لتطويع المجتمعات والافراد. ان شرعية المشروع الرأسـمالي في الاساس قامت على فلسفة وضح هيغل بعضا من جوانبها. فبحسب هيغل اظهرت الحكومات الرأسمالية نفسها على انها تعبر عن مصلحة عامة للناس تسمو على مصالح الافـراد الخاصـة ومصالح الاحزاب والطبقات والجماعات الفرعية في المجتمع. وأنهـا اتخـذت مـن العقلانيـة دستورا للتنظيم، وهذا يفترض اعتماد الحكومة على التكنولوجيا في التنظيم باعتبارهـا الابنـة الشرعية الوحيدة للعقلانية (ماركوز،1971).

وفي ظل ذلك فقد فقدت المعاني الأصلية للحرية الاقتصادية والفكرية والسياسية مضمونها القديم لتكتسب معاني ومضامين جديدة تتناسب مع المجتمع الصناعي الحديث . فالحريـة الاقتـصادية اصبحت تعني تحرير الانسان من النضال اليومي في سبيل كـسب قوتـه (Kellner,1989). والحرية السياسية اصبحت تعني تحرير الافراد من الرقابة المباشرة الفعلية على الشأن السياسي وأما الحرية الفكرية فهي تعني تحرر الافراد من الالتزام بالعقائد والايدولوجيات التي تضمن لهم الاختلاف والدينامية. وكل ذلك لا بد سيحقق بعض السعادة للانسان ولكنها برأي ماركوز سعادة زائفة، لانها تعبر عن لهاث غير منقطع وراء الاستهلاك حسب مخططـات ترسـمها وسـائل

الدعاية والاعلام. فالحاجات الجنسية البسيطة للانسان يتم التفنن والابداع فـي تكـوين اشـكال وانماط واساليب جديدة لاشباعها ،مما يصنع حالة هوسية لدى الافراد، وهذا مـا يفـسر تبعـا لماركوز الاشكال والاصناف الغريبة للجرائم الجنسية الناجمة عن الشذوذ في مجتمع يباهي بأنه متحرر جنسيا. هكذا تعمل آليات الدعاية في صنع الحاجات الزائفة او اللعـب علـى الحاجـات الطبيعية للانسان واستثمارها لحدها الأقصى في سعيها لتنشيط الاستهلاك (مـاركوز،1971). والمشكلة هنا ان الحاجات الخارجية للرأسمال تتحول الى حاجات داخلية تستزف طاقات الفـرد في البحث عنها، وهي بذلك تمارس قمعا منهجيا للانسان لأنها حلت محل الحاجـات الحقيقيـة الاساسية التي يمكن تلبيتها.

إذن المسألة بالنسبة لماركوز عميقة وتطال وعي الافراد في المجتمع الرأسمالي. ففي ظل فورة التكنولوجيا والقدرة الهائلة على الانتاج، تتحول الانظار الى البحـث عـن امكانيـات جديـدة للاستهلاك. وحين تسد الحاجات تستعر حمى البحث عن حاجات جديدة للافراد، وهو امر خطير يتعدى اللعب على الحاجات الاساسية التي تم التلاعب بها وتوليدها حد الاستنزاف. فـي هـذا الخضم لا يعود الانسان يتعرف على حاجاته الاساسية التي حددت هويته عبر تاريخه الطويـل. وهنا يعود مفهوم الذات اشكاليا، اي من نحن إذا كنا لا ندرك ما هي حاجاتنا الفعلية. وهنا تشرع ثقافة الاستهلاك بتحويل عالم الاشياء الى حاجات للافراد. وهنا تحديدا تتحول الاشياء الى بعـد للروح والجسم، فيبحث الافراد عن ذاتهم ضمن حزمة الحاجات الجديدة فيجدونها سـاعة فـي السيارة او جهاز التلفزيون او البيت الحديث الذي يحلمون به (ماركوز، 1971). وهنا تحديـدا نجد ان دور الرقابة الاجتماعية التي اكتسبت شرعيتها من خدمة عامة الافراد قد تحول بدون ان نشعر لينوب عن قوى رأس المال في عملية خلق الحاجات لدى الافراد الذين من المفترض انها تحمي حريتهم. وهنا يقدم ماركوز صورة للجمهور الذي وصل شـكلا متقـدما مـن اشـكال الاستلاب، ويتخذ الاستلاب هنا بعدا اضافيا للاستلاب ضمن الفهم الماركسي الذي يقتصر علـى ظاهرة انفصال منتج السلعة عن سلعته واعتماده على نظام الانتاج (Kellner,1989). فبحسب ماركيوز من يمتلك الشرعية المزعومة هو من يتلاعب بالافراد وهذا ما يجعل المقاومة مـسألة صعبة ومعقدة. ويعيد ماركيوز التأكيد على فكرة ادورنو في مـسألة تراجـع الثقافـة الرفيعـة وانحطاطها، وهي التي يعتبرها ضرورة ومحفزا لخلق العالم البديل بالنسبة للبشر، وهي مهمـة ظهرت جلية بالدور الذي لعبه الفن في التاريخ ، فقد وقعت هذه الثقافة فـي شـرك الـسطحية والتراجع ، وهذه هي النتيجة الحتمية لهيمنة التكنولوجيا ومنظوماتها الفكرية، فنجـد ان الثقافـة الرفيعة قد تحولت الى ثقافة جماهيرية بعد ان فتحت وسائل الاعلام ابوبها (للتقنيين) ليحلو محل

الفلاسفة والفنانين الحقيقيين ليخرجو بتلك الخلطة مـن الـدين والفلـسفة والتجـارة والـسياسة والمجهزة اساسا لخدمة عملية التبادل السلعي والاستهلاكي بعد ان كانت في العهـد الاقطـاعي تشكل الوعي الرائد والقائد لعملية التغيير بما كانت تقدمه من نزعة احتجاجية وثوريـة تفـضح النظام وتنفي مثاليته، فتلك النماذج التي قدمها الادباء والفلاسفة للمجرم المحارب وبائعة الهـوى والفنان كانت تحمل روح الثورة والاحتجاج والنفي ، بينما تقدم اليوم عبر وسائل الاعـلام فـي ادب وفن المجتمع الصناعي الحديث على انها ايقونات تحمل اسماء مثل المرأة الشغوفة والبطل الوطني والنجم معبود الجماهير، وهي بحضورها ذاك انما تعـزز النظـام ولا تنفيـه، ويؤكـد ماركيوز انه لا يدعو لاحياء الثقافة الاقطاعية من خلال احياء نماذجها وإنما هو يقارن حـالتين تاريخيتين ليبين مدى انحراف دور الفن وتخليه عن دوره التثويري القديم (ماركوز ،1988).

ويتناول ماركيوز في تحليله المعمق اللغة المسيطرة على وسائل الاعلام كونها لغة لا تخرج عن قاعدة البعد الاحادي الذي يصبغ ثقافة الاستهلاك والبضائع .. فهي لغة مبتذلة احتلت مكان اللغة المولدة للمفاهيم والمعاني. وهي لغة عامية ذات دور محدود يخدم النظام القائم ويحـافظ عليـه. وهو امر يلفت ماركيوز النظر الى خطره في تهديم اسس الفكر وحركته الخلاقـة والابداعيـة. فهي لغة تستهدف ادماج الشئ في المفهوم فيصبح الدال والمدلول شيئا واحدا لا فاصل بينهمـا. وهو امر لا يدع فرصة لبناء الفكر النقدي التجريدي ، فهذا الفكر بني عبر التاريخ على حركـة توليدية مستمرة للمعاني تعتمد على تغيير العلاقة بـين الاشـياء ومعانيهـا، اي بـين الـدوال ومدلولاتها. وإلا فإن حركة توليد المعاني الجديدة سوف تنتهي الى معاني ثابتة ونهائية ،وهنا لا بد من التذكير بفكرة بودريارد عن المستقبل الذي تمت صياغته في الماضي مرة واحدة وإلـى الأبد. وهي صورة يرسمها بودريارد لحالة تسعى التكنولوجيا لتحقيقها في إطار سيطرتها علـى الانسان. وأما ماركيوز فيعتبر ان تاريخ الانسان انما هو تـاريخ توليـده للمعـاني وعلاقاتهـا الدلالية. فعند قراءتنا للتاريخ نستطيع ان نلاحظ ما كانت تعنيه الاشياء وكيف تغيرت معانيهـا عبر التوليد المستمر وعبر الكشف الدائم عن علائق جديدة وصلات غير مكتـشفة. لقـد اعـاد الانسان قراءة تاريخه مرات ومرات. وما يخشاه المجتمع الرأسمالي هو ان يأتي يوم يعاد فيـه قراءة بعض العلاقات قراءة نقدية (سلسلة عالم المعرفة ، عدد 244 ، 1999). وأن يسأل احدهم كيف اصبحنا اسياد وعبيد، مالكون ومستخدمون، حكام ومحكومين. وسوف تطـرح ملايـين الاسئلة ذات الصلة. وأما مصلحة النظام الرأسمالي فتتمثل في بقاء الوضع القائم بـدون حركـة نقدية. فمجتمع البعد الواحد تبعا لماركيوز يرمي الى استئصال بعد النفي او البعد السالب. وهـو يهدف الى خلق انسان فاقد لقدرته على النفي او المعارضة لما هو قـائم. فالانـسان ذو البعـد

الواحد هو المنشود. الانسان الذي يتبنى البعد الايجابي الموافق دائما والممتثل دائما والمتـصالح دائما مع واقعه ونظامه (Marcuse, 1991).

وإذا فقد جردت اللغة من سلاحها وأحلت مفردات اللغة العامية مكان اللغـة الفكريـة النقديـة، ويسوق ماركيوز امثلة صارخة على نماذج استخدام اللغة الشاذ في وسائل الاعـلام والميـديا. فالمفاهيم المتناقضة قدمت بلبوس لا يظهر تناقضها ولا يوضح الصلة التنافرية بينها. انها لغـة تؤلف بين المتعارضات، فهي تصوغها في بنية خاصة ومألوفة، فكثيرا ما تـرد فـي وسـائل الاعلام تركيبات لغوية من قبيل (القنبلة النظيفة) و(الاشعاع النووي اللطيف) او (قدرة تدميريـة سلسة). ان هذه اللغة تصوغ منطقا خاصا غير المنطق الذي عهدناه وهي بالتالي تستطيع تمرير افكار فتاكة بطريقة ناعمة تشبه الى حد بعيد التنويم المغناطيسي، كما ان هذه اللغة التي يرصـد ماركيوز خصائصها تتبنى مسألة التكرار كآلية لترسيخ افكارها الهدامة التـي يرمـي صـناع السياسة غرسها بين الجماهير(سلسلة عالم المعرفة،عدد 244، 1999)، مستعينين بكل وسـائل الاتصال الجماهيري والميديا وكل الخبرات والتقنيات اللازمة، فالتكرار يؤدي بالنهاية الى الالفة مهما بدا التركيب اللغوي شاذا في بداية الامر، وهي تقنية سادت في البداية لغة الإعلانات ولكن الساسة استعاروها من المعلنين وراحو يستخدمونها على نطاق واسع. ان التكرار يشبه ايضا لغة التنويم المغناطيسي، فالشعب يتعرض للتخدير تحت وقع الصيغ التكرارية التي تـستخدم بـدون كلل او ملل. وأما على صعيد الصيغة فهي دائما لغة امرية لا تدع مجالا للنقـاش، فهـي تبلـغ الجماهير بالقرارات او الاحكام وما يجب وما لا يجب، وهي بذلك لا تترك مجالا للاختلاف او النقاش ،وهي بهذا الاسلوب تحدد العلاقة بين المتكلم والمخاطب. انها علاقة سلطة وخـضوع (Marcuse, 1991).

وما يطرحه ماركيوز حول استخدام اللغة انما يصب في فكرة اساسية وهي ان اللغة الاعلاميـة لا يمكن اعتبارها لغة وصفية محايدة ولا زجاجا شفافا بل انها لغة تعمد الى اعادة خلق صورة خاصة غامضة وملغمة عن العالم من حولنا، وأن من يمتلك هذه الاداة ويمتلك وسائل الاعـلام انما عمد لتنفيذ مشروعه عبر خطة محبوكة وتصور مسبق صممت فيها المدخلات لتحقيق نتائج بعينها ، وبالنتيجة فلغة الاعلام تبعا لماركوز لا تخدم الا مصالح مصمميها ومستخدميها، مشيرا الى ان هذه اللغة يجب ان تواجه من قبل الجمهور بلغة شفافة تصف الاشياء باسـمائها بـدون مواربة او تبرم. حتى لو تطلب ذلك الخروج عن المألوف واستخدام الالفاظ التي تبـدو نابيـة وغير اخلاقية. فحرب مثل حرب فيتنام التي يباد بها شعب كامل يمكـن ان نـصفها بـالحرب (الداعرة) او (السافلة). ولا يمكن ان نصف المزارع الفيتنامي بـ (الارهـابي أو المرتـزق)

بينما نصف من يلقي قنابل النابالم بـ (بالبطل والمحرر العطوف)، فمثل هذا الاستخدام مخـل بأي بعد انساني ولا يورث سوى الضياع والتخبط وفقدان البوصلة (Marcuse, 1991).

3- غياب المجال العام

يورغن هابرماس هو عضو فاعل من اعضاء مدرسة فرانكفورت، وكما اشتهر نظراءه في هذه المدرسة مثل ادورنو وماركيوز بمقولات من مثل صناعة الثقافة وانسان الاتجـاه الواحـد فقـد اشتهر هابرماس بمقولة المجال العام، فهو يحلل نمو وتطـور المجتمـع واسـاليب الاتـصال الاجتماعي والسياسي منذ بدايات القرن الثامن عشر حتى النصف الثاني من القرن العشرين من خلال تتبعه لنشوء (المجال العام) ثم انحطاطه وهبوطه .والمجال العام في نظر هابرماس يـدل على اوساط وحلبات النقاش العام التي يتساجل فيها المثقفـون والنـاس وتتـشكل فيهـا الآراء والمواقف حول مختلف القضايا التي تهمهم سواء كانت سياسية اواجتماعية او ثقافية.

ويرجع هابرماس نشأة ما يسميه (المجال العام) الى النشأة التاريخية للمجتمعات الغربية الحديثـة تحديدا التي شهدت الصالونات والملتقيات والمقاهي في مدنها الرئيسية مثـل لنـدن وبـاريس وغيرها من مدن اوروبا في القرن الثامن عشر، وكانت هذه الأماكن تشكل ملاذا للناس يلتقـون فيها ويناقشون قضاياهم الراهنة من خلال ما يطلعون عليه من الصحف والمنـشورات العامـة التي بدأت في الانتشار حينذاك، ويشير هابرماس الى ان المناقشات السياسية هي التي هيمنـت على هذه الملتقيات واكسبتها تلك الاهمية بعد ان ساهمت بالفعـل فـي تطـوير فهـم النـاس للديمقراطية في بداياتها الاولى، ويرجع اليها الفضل في انها منحت الناس فرصـة فريـدة فـي تبادل الآراء حول القضايا الحساسة وإخضاعها للتداول العام والتحليل والتشريح بحرية كبيـرة وعلى اسس تمنح الجميع ارضية متساوية.

ويؤكد هابرماس على ان اهم مبدأ قامت عليه هذه الملتقيات يتلخص في ان الناس هم متـساوون وان ليس هناك موضوعات لا يمكن مناقشتها، فهي مفتوحة لجيـع افـراد المجتمـع وجميـع الموضوعات الممكنة. وهو برأي هابرماس حالة عاشتها هذه المجتمعات ووفرت لهـا تطـوير حياتها السياسية والاجتماعية بشكل استثنائي وفريد على مـستوى التجربـة التاريخيـة. لكـن هابرماس يلفت النظر الى ان الآمال التي علقت على هذه الملتقيات لم تتحقق جميعها في النهاية، حيث دخل الى المجال العام عناصر جديدة تتعلق بحالة التطور في وسائل الاتـصال وعمليـات صناعة الثقافة التي مارستها وأدت دورا واضحا في تأطير السجالات والنقاشـات الحـرة فـي المجال العام وخنقها. وبحسب هابرماس فقد ادى انتشار وسائل الاعـلام الجماهيريـة وقوتهـا

الفائقة في صناعة الترفيه الى تشويه طبيعة المجال العام ذاك وتعطيل اهدافـه، فقـد خـضعت النقاشات السياسية الى فيض من المادة الاعلامية المتدفقة من تغطية وسائل الاعـلام لمجـالس النواب والشعب وغير ذلك من الاخبار الاجتماعية والسياسية الداخلية والخارجية إضـافة الـى تغطية مفرطة لانشطة المؤسسات الحكومية والدولية، في حـين تـسللت القـوى الاقتـصادية والتجارية للسيطرة على المنافع العامة ومصالح الناس ومنها وسائل الاعلام نفسها. وعندها لـم يعد الرأي العام يصاغ من خلال هذه الملتقيات والمجالس ونقاشاتها وسجالاتها الحـرة. وإنمـا اصبح يعبر عن دالة حسابية لمجموع القوى والمصالح المسيطرة التي تتلاعب بتشكيل الـرأي العام حسب مصالحها وأغراضها (Habermas ,1989).

لقد تتبع هابرماس ظهور ما سماه بالمجال العام البرجوازي، وصولا الـى اسـتبداله بالميـديا الجماهيرية، بما فيها من تكنوقراطية فنية مكنتها من التأثير بقوة على افكار النـاس ومـواقفهم إضافة الى قدرتها الفائقة على سرعة الانتشار وسعته اوساط المجتمعات ،مما أدى في النهايـة الى تفريغ المجال العام من وظيفته وتعطيل الرأي العام الواعي بمصالح المجتمع ممـثلا بكافـة طبقاته وهيئاته وشرائحه.

وهذا الطرح لهابرماس الذي جاء في مؤلفه الشهير (نظرية الفعل التواصلي)، شـجع اسـئلة كثيرة حول مضمون الديمقراطية التمثيلية في المجتمعات الرأسمالية الحديثـة وطـرح الـسؤال المركزي هل ان ما يجري من عمليات في المجتمعات الغربية الحديثة هو فعل ديمقراطي ام ان مواقف الناس وآراءهم باتت تصنع وتجهز لهم للاستهلاك الجماعي ؟؟ كما طرح في الاوسـاط العلمية والفكرية الحاجة للمزيد من المشاركة الفعلية المبنية على الديمقراطية والمساواة من قبل جميع افراد المجتمع لصياغة ثقافتهم ووعيهم بحاضرهم ومصالحهم (Berstein, (1985).

وهي فكرة دفعت هابرماس في الستينيات من القرن الماضي للانخراط فـي بعـض الانـشطة السياسية وعدم الاكتفاء بالكتابة والتنظير، حيث اسس مع آخرين مجلة (الطالب والسياسة) فـي جامعة هيدلبرغ التي كان يدرس فيها في فرانكفورت في محاولة منه لدفع مزيد مـن الطـلاب وتشجيعهم على النشاط السياسي، وكان هابرماس كذلك منشغلا بتطوير عمل نظري في مجـال الممارسات السياسية . وقد ظهرت نظريته في عام 1963 بكتاب (النظرية والممارسة) والذي احتوى على اوراق نظرية تتعلق بالكثير من منظري السياسة والاجتماع في العهد الكلاسـيكي والمعاصر، اضافة الى اسهاماته النظرية في هذا المجال، والتي احتوت على جـدليات مفـصلة ومركزة في المنطق المعاصر للعلوم الاجتماعية، كما تناولت تطور نظريات المعرفة والنظريات النقدية الحديثة. ونقدا لنظيرات كثيرة من عصر (كانت) وصولا الى الـزمن الـذي عاصـره

هابرماس، وخلال عام 1970 كثف هابرماس دراسته حول العلوم الاجتماعية وبدأ بناء نظريته النقدية كنظرية في الاتصال، وفي هذه اسس هابرماس نقده للماركسية الكلاسيكية فـي محاولـة لتطوير نظريته الخاصة في المادية التاريخية كنظرية نقدية في الاجتمـاع وكنظريـة فلـسفية متأصلة في تحليل النشاط الانساني الاتصالي. حيث ان مفهوم الاتصال من المفاهيم المحوريـة التي قامت عليها نظرية هابرماس النقدية والتي استند اليها في نقد ميراث ماركس ودوركهـايم وفيبر ولوكاش والماركسية الغربية عموما كونهم فشلوا بنظره في تطوير نظرية مناسـبة لفهـم الانشطة الاتصالية والعقلانية الحاسمة في تشكيل النشاط الاجتماعي علـى كافـة المـستويات. وعموما فإن هابرماس بقي وفيا لمدرسة فرانكفورت خاصة افكار جيلها الأول حـول وسـائل الاتصال ودورها المحوري اضافة الى اهتمامه الخاص بالجانب التطبيقي الى الجانب النظـري، فهو من المؤمنين بضرورة ان يساهم المثقفون بدفع افراد المجتمع للمشاركة السياسية الفعالة من خلال احياء دور المجال العام الذي تشكل الديمقراطية اطاره الناظم وهو امر سوف يمكننا من استعادة السيطرة على مجالنا الاقتصادي فنتحكم به بدل ان يتحكم هو بنا، وهابرماس هنا يـرى ان الاجراءات الديمقراطية التقليدية (الديمقراطية التمثيلية) مثل البرلمانات والاحزاب لـم تعـد تمثل الاساس الكافي لاتخاذ القرار الجماعي الديمقراطي في المجتمع، ومن هنـا، فـإن علينـا اصلاح جميع المسارات الديمقراطية التقليدية وتفعيل التجمعات والهيئـات المجتمعيـة خـارج الاطر التقليدية، وبعدها يمكن لنا ان نستفيد حتى من الثورة الاعلامية فـي تنميـة التوجهـات والممارسات التي تضمن لنا استعادة الديمقراطية داخل مجتمعاتنا (Dews, 1992).

4- الدولة المتوحشة مجتمع اللامنطق وانقلاب المفاهيم.

لم يكن الكشف الذي طرحه ماركيوز ومفكرو مدرسة فرانكفورت عموما يعبـر عـن تـصور معزول أومنفرد يخص لونا او مدرسة فكرية خاصة، فها هـو معاصـرهم الكاتـب الروائـي الانجليزي جورج اورويل يثير بطريقته الادبية نفس الأفكار ويدق جرس الانذار محـذرا مـن الاخطار المحدقة بوعي الافراد والسيطرة على صناعته. ففي روايته الشهيرة التي سـماها بـ (1984) والتي الفها في خمسينيات القرن الماضي يتنبأ بمستقبل مظلم ومنفر سيحل على البـشر في النصف الثاني من القرن العشرين. وهو يختار تاريخ العام 1984 الذي تفصله عقود عن ما عاصره اورويل بعيد الحرب العالمية الثانية ليسمي روايته به، وليرسـم عالمهـا وشخوصـها المستقبليين، في محاولة منه لكي يتنبأ بمآل الأمور في حقبة الثمانينيات من القرن الماضي.

في روايته تلك يتنبأ اورويل بعالم كئيب ومرعب، ويرسم عالما يستخدم فيه الترهيب والخـوف لحكم الافراد الذين لا يمتثلون للنظام السياسي الأصولي الذي تخلقه فلسفات وافكار شمولية غير

انسانية تعتمد التدجين والتنميط وسحق التنوع لدى الافراد. تبرز في عالم اورويـل ذاك صـور للحرمان والقمع والخوف والارهاب، حيث الناس لا يسيطرون على حياتهم الخاصة، حيث كـل احلامهم تم احباطها وحيث سلبت حرياتهم وبدلت بالكبت والتعاسة(Moustaki ,1982).

بالرغم من ان المجتمع في رواية 1984 هو خيالي إلا انه يعكس صورة للمجتمعات التي كـان اورويل يعاصرها، ومجتمع دولة (اوسينيا) في الرواية هو مجتمع مخيف ، يذكرنا بمجتع المانيا الهتارية ومجتمع الاتحاد السوفياتي الستاليني، وهو ما يعتبره اورويل غايـة الاحبـاط للـروح الانسانية بسبب السيطرة غير المسبوقة للحكومات على الحياة اليومية للافراد ومصادرة حريتهم بالتفكير والتعبير، انه الحصار الكامل للافراد الذين لن يتكيفو او يمتثلو للقـيم الحاكمـة. وفـي الرواية يصور اورويل الميديا التي هي عبارة عن آلة مخيفة للدعاية التي خبر اورويل جانبـا منها اثناء تواجده في اسبانيا كمراسل اخباري في حقبة الحرب العالمية الثانية، ويلعب وينستون بطل روايته دور الصحفي الذي يكشف الزيف والنفاق في البناء الاجتماعي والـسياسي لدولـة اوسينيا التي يعيش فيها(Moustaki ,1982 ,6).

تجري احداث الرواية في لندن في سنة 1984، التي يصورها اورويل بالمكان المخيـف الـذي يقهر الروح الانسانية. وفي الرواية حالة الحرب هي حالة دائمة. وونستون بطل الرواية انـسان مولود قبل الحرب العالمية الثانية وهو لم يعهد في حياته سوى الجوع وعدم الاستقرار السياسي وهي حالة تشبه حالة المانيا والاتحاد السوفياتي في سنوات الحرب العظمى، ودولة اوسينيا التي يعيش فيها ونستون هي عبارة عن بناء سياسي مقسوم الى ثلاث احزاب. الحزب الداخلي وهـو يضم الطبقة السياسية الحاكمة وتشكل اقل من اثنين بالمائة من الـسكان، والحـزب الخـارجي ويضم العمال المتعلمين ويشكلون 18 بالمائة من السكان، واما القسم الثالث فهو البروليتاريـا او الطبقة العاملة ويشكلون الكثرة الباقية من السكان، بالرغم من ان الطبقتين الاولـى والثانيـة لا تعترف بوجود الطبقات ولكن اورويل يحاول ان يصور حالة المانيا الهتارية والاتحاد السوفياتي اللاذان كانت المجتمعات فيهما تتكون من مثل هذه الطبقات بالرغم من عدم وجود اعتراف بهـا من قبل الانظمة الحاكمة (Moustaki ,1982).

وينستون يقع في حب جوليا البطلة الرئيسية في الرواية ويتعرف الى اوبراين الذي يقدم نفـسه له على انه ينتمي الى حزب سري معارض للنظام الحاكم ويستغل نقمة ونـستون علـى هـذا النظام ،، وتمضي احداث الرواية ليكتشف امر ونستون وجوليا ويزجان في السجن ويتعرضـان للتعذيب المضني فيما يعرف بوزارة الحب (Ministry of love) حيث ان القوانين تحرم مثل هذه العلاقة بين الافراد لأن الحب يجب ان يكون تحت اشراف الدولة ويجب ان لا يحب الافراد بعضهم البعض على حساب حبهم للأخ الأكبر. وهو الدكتاتور الحاكم في دولة اوسـينيا. وهنـا يكتشف ونستون ان اوبراين صديقه القديم لم يكن معارضا وإنما كان يعمل لصالح النظام كعميل

سري وانه كان يتابع قصته منذ بدايتها خلال السنوات الماضية، ليس هذا فحسب بل انـه هـو الذي سيستقبل ونستون في وزارة الحب ويتولى امور تعذيبه (Orwell, 1956).

يمضي اوبراين عدة شهور في تعذيب ونستون محاولا تغيير طريقته في التفكير، وغرس طريقة اخرى تتجاهل الثوابت المنطقية التي يؤمن بها ونستون بقوة. فبطلنا يـؤمن بـأن مـن حقـوق الانسان البديهية ان يبقى حر التفكير وأن يؤمن دائما بالحقائق الواقعية الطبيعية والمنطقية مثـل قولنا ان 2+2=4 (Orwell, 1956). بينما ونستون يريد ان يقنعه انها تساوي خمسة لا اربعة، كما يريد أوبراين من ونستون أن يتعلم كيف يجمع في عقله بين الحقائق المتناقضة معا، وهنـا يلمح اورويل الى اللغة التي يستخدمها الاعلام في المجتمع الحديث حيث انها لغة تجمع عباراتها بين المتناقضات المنطقية، وهي ظاهرة حللها كل من ماركيوز وتشومسكي.

ومع ان ونستون يقاوم مقاومة شرسة، لكنه يستسلم اخيرا بعد ان ينقل الى غرفة 101 في وزارة الحب تلك، وهي غرفة معدة لكي يواجه الانسان اقصى مخاوفه فيها، ونقطة ضعف ونستون هي خوفه من الجرذان، وهناك يربطه اوبراين بشبكة من الحبال ويهدده بأن يطلق الجـرذان علـى وجهه فيستسلم ويطالب اوبراين ان يفعل ذاك لجوليا حبيبته بدلا عنه، وعندها يدرك اوبـران ان ونستون فقد آخر خيط يربطه بانسانيته ويطلق سراحه، وتدور احداث الرواية فيلتقـي ونـستون بجوليا بعد سنوات في احدى المقاهي حيث عاد لممارسة حياته العادية، فيراهـا باهتـة واقـل جاذبية. ويتبادلان حديثا جافا تعترف خلاله جوليا بأنها استسلمت ايضا في غرف التعذيب وأنها خانته وتخلت عن مبادئها السابقة، وفي نهاية الرواية يتحول ونستون ليصبح مثل البقية، فبعد ان كان معارضا ويكره (الأخ الأكبر) وهو الاسم الذي يستخدمه اورويل للاشارة الى قائد الدولـة، ها هو يتحول الى معجب بالقائد ومحب له، وهو ايضا اصبح من المؤمنين بـشعارات الحـزب التي يطرحها اورويل على شكل عبارات متناقضة المعنى، مثل الحرب هي السلام ، والحريـة هي العبودية ، والجهل هو القوة، وغيرها من الشعارات التي تصدح بها وسائل اعـلام الدولـة التي يعيش فيها(Orwell, 1956)، ولا بد هنا من الإشارة الى ان هذه اللغة التـي كثيـرا مـا تستخدمها وسائل الاعلام في عالمنا الحديث، قد اطلق عليها اللغة الأورويلية نسبة الى اورويل وروايته المشهورة. فحين يتحدث السياسيون اليوم عبر وسائل الاعلام بأفكار وشـعارات غيـر منطقية، وتبقى هذه الشعارات تتردد بلا انقطاع عبر الميديا، يقال انها لغة اورويلية ..وهـذه القاعدة تنطبق على لغة الإعلان والسوق عموما.

الفصل الخامس : ما بعد الحداثة الاعلام والمنظومات المعرفية

1- والتلفزيون بمنظور بورديو

2- المستقبل الافتراضي والحقيقة المفرطة (Hyper Reality)

3- الخطاب الاعلامي وعلم الأشارات

4- صناعة القبول (Manufacturing Consent)

1- التلفزيون بمنظور بورديو

يعتبر بورديو احد اكبر المفكرين المعاصرين الذين لفتو النظر الى اشكاليات ودور الاعلام في حياتنا الحديثة، وما يميز بوردو انه وجه انتباهه الى اهم الوسائل الاعلامية التي رأى انها باتت تشكل الخطر الأبلغ تهديدا للأفراد والجماعات، انها التلفزيون. فالتلفزيون بحسب بورديو يخترق ثقافتنا اكثر من اي وسيط اعلامي آخر، فمواد الكوميديا والرياضة والجريمة ومحاكماتها، ودعايات الوجبات السريعة والحروب البعيدة كلها مواضيع تضخ داخل بيوتنا كنهر جار غير منقطع، وكلها تشكل نظرتنا للعالم من حولنا بعد ان تتغلغل في وجداننا ووعينا، يجب ان نفهم من خلال نظرة نقدية ان هذا هو عمل التلفزيون (shustrman,1999,6).

هذه الافكار حاول بورديو طرحها من خلال مقابلتين تلفزيونيتين اجراهما بشروطه الخاصة عبر احد المحطات الفرنسية بعد ان اصدر كتابه الشهير (عن التلفزيون about the television) وقد حاول خلالهما ان يطرح ان التفزيون بشكله الحالي انما يحمل تهديدا جديا لحياتنا السياسية وللديمقراطية نفسها. وقد حذر من ان التلفزيون انما يمثل الشكل الوهمي للحرية لأن كل ما تقدمه الشاشة التلفزيونية انما يتم اعتراضه مسبقا باعتبارات ذات طبيعة سياسية ومصلحية (Bourdieu,1998,10). ومحرك كل ذلك انما هو التنافس المحموم والرغبة في اقتطاع اكبر شريحة من الجمهور في ما بين المحطات التلفزيونية المتنوعة. فالاخبار يتم اختزالها الى وجبات سريعة من المقاطع الصوتية والصورية الأكثر تأثيرا في مشاعر الجمهور.

يحاول بورديو من خلال كتابه الشهير عن التلفزيون تفكيك سلسلة من الأشكال المتلفزة التي ثبت انها تمارس نوعا من العنف الرمزي على الافراد، يتم بتواطؤ ضمني من قبل الأفراد الخاضعين لهذا العنف انفسهم مع من يمارسونه، بالقدر الذي يكون فيه الطرفان غير واعين تماما لوقوعهم في طرف الفاعل او المفعول (Bourdieu,1998,12).

ويبين بورديو ان من وظيفة علم الاجتماع ان يكشف حقيقة مثل هذه الاشياء الخفية لا سيما ان ساحة تطبيق هذا (العنف الرمزي) انما تتمثل في العلاقات الاجتماعية وخصوصا تل العلاقات التي تنتظم عمل وسائل الاتصال.

يسوق بورديو في كتابه الكثير من الأمثلة المباشرة عن عمل التلفزيون، انها الامثلة المتعلقة بأكثر الاشياء شيوعا عبر الشاشات، انها الاثارة، والدم والجنس، والدراما والجريمة، انها اكثر آليات جذب الجماهير شيوعا واستخداما من قبل من يديرون محطات البث التلفزيوني، الاحداث المثيرة تتصدر الافتتاحيات في نشرات الاخبار وهي التي تجذب ملايين المشاهدين لمتابعتها، هذه العناصر التي يستخدمها التلفزيون اليوم هي نفس العناصر التي استبعدت في السابق من قبل

الصحافة الجادة وبقيت محصورة في صحافة التابلويد الصفراء. فما هو سر استخدامها، الأمـر بحسب بورديو واضح انه تحويل انظار المشاهدين وإلهاؤهم، وهو امر يشبهه بورديـو بعمـل المشعوذين والسحرة وطريقتهم في جذب انتباه جمهور النظارة، الساحر يجـذب الانتبـاه بيـده اليمنى مثلا ليفاجئ الناس بخدعة تقوم بها يده اليسرى، مثل ان يخرج ارنبا من كم قميـصه او يطير حمامة او ينشر عشرات اوراق اللعب في الهواء (Bourdieu,1998, 27).

يقول بورديو ان التلفزيون يلجأ الى هذه الوسيلة من خلال بثه لأخبار متفرقة تهم كل الناس، انها تلك الاخبار التي يسميها بورديو بأخبار الباص، او الحافلة العمومية، وهي اخبار تتميز بأنها تهم كل الناس ويستهلكونها بشغف وهي احداث لا تسبب الانقسام بل العكس تؤدي الـى الاجمـاع والتراضي ولكنها احداث لا تمس اي شئ يشكل اهمية نوعية بالنسبة للمجتمع. انها تشبه الـسلع الغذائية الأولية وهي تستهلك وقتا ثمينا من الجماهير سواء في مشاهدتها او تبادل الحديث عنها، وقتا يمكن استخدامه لفهم الاحداث ذات القيمة الحقيقة بالنسبة للناس، هذه الأشياء التافهـة التـي تلهي الناس هي بنفس الوقت اشياء ثمينة من وجهة نظر الطرف الآخر الـذي يـدير محطـات التلفزة، وهؤلاء يعرفون ان هناك شريحة واسعة من الناس ممن لا يقرأون اي صحيفة اخبارية جادة أولئك الذين علقوا انفسهم بشاشات التلفزة وتسمرو امامها جسدا وروحا، فـلا بـد مـن ملاحظة ان التلفزيون بات يحتكر هؤلاء ويتملكهم. ومن خلال التركيز على الاحداث المتفرقـة يتم ملء الوقت المحدود للناس بالزمن الفارغ، مجرد وقت يحمل احداثا هي لا شئ. بينما يـتم تجنب المعلومات الصحيحة لبناء الوعي الحقيقي والعقلاني بالاشياء من حولنا وهذا هو الـشرط الاساسي لكي يمتلك الانسان حريته ويصوغ ديمقراطيته الحقيقية. وهنا يلفت بورديو النظر الى الانقسام الذي يكون بين الافراد الذين يعتمدون على بعض الصحف الجـادة وبعـض محطـات الإذاعة باللغات الأجنبية مقارنة بالتجانس بين مشاهدي التلفزيون الذين ليس لهم مـصدر آخـر للمعلومات سواه (Bourdieu,1998,28).

ولكن ما الذي يحدث تحديدا في اروقة هذه المحطات التلفزيونية ، وكيف السبيل الى مثل هـذا الإجماع بين عديد الافراد من مديريها وفنييها وصحفييها وحتـى المثقفـين والمفكـرين الـذي تستظيفهم هذه القنوات ، على استهداف المشاهد .. وهل هناك مؤامرة تحاك وتنفذ بـوعي مـن جميع الاطراف المشاركة بها .

انها بالنسبة لبورديو تلك الرقابة الهائلة والخفية التي تفرض نفسها، وفقدان الاستقلالية مرتبط مع الكثير من الاشياء الأخرى، فالموضوع يتم فرضه بشكل أولي، وشروط الحوار والاتصال قد تم فرضها بشكل مسبق ايضا، وحتى الزمن قد تم فرضه على المتحاورين، هذه الرقابـة تمـارس

على المدعوين وعلى الصحفيين ومقدمي البرامج وهم اشخاص ينجحون بمدى قـدرتهم علـى التقاط الخطوط العامة لعمل القناة، ومن يفشل منهم في ذلك فهناك طابور من المتربصين لكـي يحلو محله. ولذلك ليس هناك من خيار سوى الخضوع للأعراف التي تسير عليهـا المحطـة (وهذا تحديدا هو ما يعتبره بورديو التسييس) فجميع المحطات مسيسة. انهم بنظر بورديو هـم وبعض انصاف المفكرين الذين يظهرون على الشاشات انما يمثلون حصان طـروادة بالنـسبة للجماهير ، انهم يقدمون تلك الوجبات السريعة من المعرفة (Bourdieu,1998, 27).

وفي النهاية فإن المسألة ايضا تخضع للمعيار الإقتصادي، فالعامل الاقتصادي ايـضا يمـارس نصيبه في الضغط على المحطة التلفزيونية، وبورديو اطلق عبارته الشهيرة عن التلفزيون حين قال (هذا جهاز لا يمكن قول الكثير من خلاله) (Bourdieu,1998, 12). وهـو يقـصد لا يمكن استخدامه لشئ ذو قيمة حقيقية، خاصة بعد ان تحددت شروط خطابه بشكل مـسبق، مـا يمكن قوله وما لا يمكن قوله من قبل اولئك الذين يمتلكون هذه المحددات، انهم المعلنون الـذين يدفعون ثمن اعلاناتهم، وهم جهاز الدولة الذي يمنح الدعم. وهم مـالكو المحطـات اذا كانـت محطات خاصة وهلم جرا. ويذكر بورديو بالكثير من الأمثلة العالمية الساطعة التي تمثل شـبكة المصالح التي تقف وراء الكثير من المحطات. فشبكة ان بي سي مملوكة لجنرال الكتريك، وهذا يعني انه يكاد يكون من المستحيل تسليط الضوء مثلا على طبيعة الأخطار التي تهـدد الحيـاة البرية في الأنهار التي تستخدم لتبريد المفاعلات النووية لتوليد الكهرباء، وشبكة سـي بـي اس مملوكة لشركة وستنغ هاوس وشبكة اي بي سي مملوكة لشركة ديزني وقـس عليهـا جميـع المحطات الأخرى المنتشرة حول العالم سواء كانت محطات خاصة ام مدعومـة مـن بعـض الحكومات. وهنا تحديدا بحسب بورديو تكمن الحقائق الكبيرة والعارية وهي المسئولة عن إخفاء الآليات المجهولة والخفية التي من خلالها تمارس الرقابة على كافة المـستويات فـي محطـات التلفزة ، فتصبح عبارة عن آليات فرز مبرمجة عن بعد وأداة معقدة للحفاظ على النظام الرمزي بحسب بورديو وهنا يكمن القمع او (العنف الرمزي) الذي شكل مقولة اساسـية مـن مقـولات بورديو (Bourdieu,1998, 59).

يلفت بورديو النظر الى بعض الآليات الخفية التي تستخدم لممارسة القمع الرمزي، فتحت طائلة المسئولية عن التشهير بشخصية ما او بمنظمة او شركة لا يمكن لأي عالم اقتصاد او اجتمـاع مستقل تمت استضافته على احدى المحطات ان يكشف الآليات ويوضح العمل التفصيلي لبعض الشركات او الافراد وهو امر ضروري لكي يعي الناس الكثير من الأشياء من حـولهم وعيـا حقيقيا، لنتخيل ان عالم اجتماع انبرى لكي يوضح كيف تتم صناعة البرامج الاخبارية وما هـي

محددات العمل في ذلك وأن يتحدث مع نفس الصحفيين الذين يجرون المقابلة معه بمثـل هـذا الحديث، هذا النوع من الأفراد سوف يتم استبعادهم على الفـور واتهـامهم باللاموضـوعية أو بالتشهير. وبورديو لا يلقي باللائمة على الصحفيين فقط، فهم كما يتلاعبـون بـالجمهور يـتم التلاعب بهم ايضا .إنها حلقة مفرغة دائرية تشبه نظاما لا واعيا يحاول بورديو فهمه وتفكيكـه قبل ان يتسرع في اطلاق الأحكام على هذه الجهة او تلك (Shusterman,1999,32).

وذلك لا يعني اعفاء الأفراد من مسئولياتهم فالصحفيون على سبيل المثال كغيـرهم يـشعرون بالاستهداف وانهم يشتبكون مع بعض الحلقات والمستويات الأخرى في هذا النظام، وهم لا يعون دائما حقيقة ما يخوضونه من نشاط ، وبورديو يدرك جيدا ان ما يقوله هنا سوف يستقبل من قبل الصحفيين على انه نقد صريح واتهام لهم بالتواطؤ، وهذا طبيعي مـن قـبلهم لأنـه رد فعـل ومقاومة. وبالرغم من ان البعض سوف ينبري للدفاع للتغطية على الفضائح والمنافع والرواتب الخيالية والمكاسب الاخرى لبعض الصحفيين والمنتجين لكن ما يشغل بورديو هو الفساد البنيوي وليس فساد الافراد إنها مجمل اللعبة التي تمارسها القنوات من خلال انخراطها في اشكال مـن التنافس وكسب الجمهور واحتكار السوق الاعلامية والاعلانية وهذا ما يحاول بورديـو فهمـه وتفكيكه (Shusterman,1999,32).

ثم يتعرض بورديو بالتحليل لواقع هذه اللعبة من خلال كشف آلياتها الخطيرة المتعلقة، انها لعبة المرئي، ففي الصورة تكمن خطورة خاصة لفت النظر اليها بودريارد بـشكل مركـز، ويعيـد بورديو تقديمها من زاوية أخرى، فبورديو يسلط الضوء على طريقة عرض التلفزيون لـبعض الأحداث من خلال الصورة المرئية، وهنا يحدث الحجب عن طريق العرض. وتبدو هذه الجملة متناقضة من وجهة النظر البسيطة لكن بورديو يوضح ان التلفزيون يقوم بإخفـاء الكثيـر مـن الاحداث وتفاصيلها عن طريق التحكم بطريقة العرض، فهو يعرض الصور والفلاشات لإعـلام المشاهد بأن هناك حدثا ما قد حدث، ولكن ما طبيعة الصور التي تعرض ومن يحدد ماذا يجـب عرضه، وهل ان الصورة المعروضة تمثل الحدث فعلا ام انها تعرض شيئا آخر للتغطية علـى الحدث، هل تعرض بعض الصور لكي يبدو الحدث غير ذي بال او معنى، هل كل ما يعـرض من صور ترسخ في ذهن المشاهد هي مساوية لحقيقة الحدث فعلا إنها خدعة الحجب عن طريق العرض، وهي بلا شك لعبة ذكية وبالغة الخطورة والتأثير (Bourdieu,1998, 67).

يلفت بورديو مرة أخرى اننا كمشاهدين إنما نرى الأحداث مـن خـلال نظـارات الـصحفيين والعاملين في المحطات التلفزيونية، وهؤلاء يخضعون لما يسمى بمنطق المهنة، وهذا المنطـق يلخصه بورديو بأنه ذلك الإحساس الذي يوجه الصحفي لما يدغدغ مشاعر الجماهير بـشرائحها

المختلفة، إنها تشبه تشكيلات غير مرئية تهيمن على عملية التلقي فتحدد ما يجب ان نراه وما لا يجب ان نراه، وهي مركب معقد ناتج عن تكوين هذه الشرائح ونظم تعليمها وتاريخها عمومـا .وهنا نحن ننظر من مناظير خاصة ونرى من خلالها اشياء معينة بينما لا نرى اشياء اخـرى، نرى ما هو مثير وجذاب ويدفع للحماس، وهنا يلجأ التلفزيون الى اضفاء طابع الدراما على مـا يعرض بموضوعه وتسلسله وتطور احداثه، وهنا يلجأ التلفزيون الى بث الـصورة لواقعـة او حدث أو صورة لجزئية من هذا الحدث، ثم يقوم بإقناعنا بأنها مهمة عن طريق المبالغة او ربما خطيرة او مأساوية، ففي فرنسا تعرض احداث الضواحي العنيفة، وتقدم بطريقة تثيـر حفيظـة المشاهد ويتم انتقاء الكلمات المناسبة لضرورات احداث الأثر المطلوب، وهي في الغالب كلمات فوق عادية وقوية، وتدخل هنا في صميم المركب الأخباري، فالصورة قد لا تعنـي شـيئا دون الكلمات، الصورة يمكن تفسيرها بطرق مختلفة ولكن الكلمات تحسم هذا التفسير، انهـا العنـف الرمزي الذي يمارس، وهي تحتم طريقة تفسير واحدة وتفرضها قسرا علـى المـشاهد. انهـم عصبة المفسرين الذين ينتقون الكلمات وينوبون عن المشاهد في عملية التفسير. لمـاذا تتعـب نفسك في التفسير فنحن نتولى هذه المهمة الصعبة. ان تعيين بعض المحللين في بعض المواقـع داخل هذه المحطات يخضع لمعايير مهيمنة، وأول هذه المعايير ان يثبت هذا الشخص انه يعرف كيف يرى الأشياء والاحداث. وكيف يكسب الجمهور ويجذبه. انها باختـصار كلمـات تـسبب الخراب والدمار، الصحفيون ومقدمو البرامج يتحدثون بلا مبالاة ولكنهم يلقون كلمات هي اشبه بالقنابل والمتفجرات (Bourdieu,1998,58). سواء وعي اولئك هذه الحقيقة ام غفلوا عنهـا، لأن هذه الكلمات تخلق قناعات وصور مضللة وخيالات راسخة، تورث الخوف والهلع وتنمـيط الآخر وتشويه صورته ، وإلا فكيف نجد لدى البعض ذلك الرهاب من الـسود او الأجانـب، أو ذوي العقائد الدينية، الصحفيون باختصار يخلقون مما هو امر عادي امرا استثنائيا أو يطوعون الأمر الاستثنائي لكي يبدو حدثا عاديا وهذه لعبتهم. الشئ اليومي المبتـذل يجـب ان يتحـول لضرورات السوق الى امر مصيري او تاريخي، ونلمس هذه المفارقة حين ننتقل بـين محطـة وأخرى، فما تغفل عنه المحطة A يجب ان لا تغفل عنه المحطة B، وذلك الذي تقدمه المحطـة الأولى بشكل عادي يجب ان يتخذ طابع الخارق للعادة لدى المحطة الأخرى وهكذا، وهنا يكمن الاجبار والقسر، من خلال دفع الجمهور لمتابعة ما هو مثير، انها في حالة هـستيريا تنافـسية وهذه الهستيريا في النهاية تشكل الجو العام الذي تعمل فيه المحطات والتي ستخلق في النهايـة ذلك النمط الموحد الذي تعرض من خلاله الأخبار، فالجميع يتنافس مع الجميع والجميـع يفعـل الشئ نفسه، التسابق وراء المثير والعنيف والخارق، او خلقه ان لم يتوفر. انها جميع العناصـر

التي تتظافر لتشكل في النهاية تلك السياسة العامة المهيمنة والمستوحاة، ولتوضيح المسألة يحاول بورديو ان يطرح بعض الأسئلة من مثل. ما اللذي يشكل حدثا صحفيا، هل حياة الفقراء العادية الرتيبة يمكن لها ان تثير اهتمام الصحفيين في مثل هذه الضروف، هل كونها رتيبة ومملة ينفي اهميتها وأهمية طرحها وتحليلها ومعالجتها وتصويرها كما هي، لكن الإجابة تكمن في الـسؤال، ان مثل هذه الأمور لا تستوفي شروط المشاهدة والعرض التلفزيوني، وهي لذلك تشطب وتلغى وتحجب بشكل واع او غير واعي على الإطلاق. خطورة الحدث الإخباري التلفزيوني تكمن في الصورة التي تساوي الواقع بالنسبة للمشاهد، فالمشاهد لا يملك القدرة على التمييز بين الصورة والواقع الفعلي. فما يرسخ في ذهنه ويبقى هو الصورة. ان من يرى الصورة يعتقد بهـا وبمـا تحتويه، انها القدرة التحريضية على خلق الأفكار والمعتقدات. انها القدرة على التحكم القـسري بالمشاعر، فهي تعبئ وتحبط وتجهـض النـاس. وتفـرز الاشـياء وتـشكلها فـي ادمغـتهم (Bourdieu,1998, 59).

إذا فالتلفزيون بدلا من تسجيل الاحداث وتوثيقها يلجأ الى خلقها وتعميمها، ان حياتنا الاجتماعية بحسب بورديو لا تعرض من خلال التلفزيون وإنما تخلق وتفسر، وبدون التلفزيون قـد تبـدو مجتمعاتنا وعلاقاتنا الانسانية كما هي في واقعها مختلفة تماما عن صورتها المعدة للمشاهدة، ان التلفزيون في النهاية يخلق المجتمع وعلاقاته.

وتجدر الاشارة هنا الى مثال حي مما قامت به الفضائيات في العامين الأخيرين من خلقها لمـا بات يعرف بالثورات والحركات الاجتماعية التي حدثت على صعيد المنطقة العربية ، فكم مـن الأحداث بدت في واقعها عادية ويومية لولا ان تجردت كمرات الصحافيين لقولبتها ولعرضـها بتلك الصورة، هل واقع ما حدث على الأرض في مصر وتونس واليمن وليبيا هو المسئول عن مآل الأوضاع الاجتماعية هناك. هل لو تركت تلك الأحداث كما وقعت بالفعل كانت ستحدث هذه التحولات والتغييرات الاجتماعية. ان بورديو الذي كتب افكاره تلك في عـام 1996 اسـتطاع التنبؤ بحالات شبيهة بما تمر به منطقتنا على سبيل المثال، وهو يورد بعض الأمثلة فيقـول ان من الأجدر ببعض الشرائح الاجتماعية التي تحاول دفع الحكومات لتحقيـق بعـض المطالـب الاجتماعية لها ان تتقن فن التلاعب بالصور، فليس المهم ان تقوم بمظاهرة تحشد لها خمـسين الفا، يكفي ان تستأجر بعض الخبراء الإعلاميين وتثير الضجة في محطات التلفزيـون ويمكـن لأي كان الحصول على الامتيازات التي يريدها، فلم يعد التظاهر (الحدث الواقعي) يكفي لجلب الاهتمام وإنما السيطرة على بعض المفاصل في المحطات التلفزيونية واتقان اللعبة الاعلاميـة (Bourdieu,1998, 89).

ويحاول بورديو تبديد الفكرة الشائعة بين النقاد والمفكرين، وهي القائلة بأن المنافسة انما تخلـق التنوع، صحيح ان الصحفيين متنوعون في الاساس ومنقسمون في المشارب والتكوين الثقـافي، كما ينقسمون تبعا للجنس وللعمر والتحصيل العلمي، وهم يتنافسون ويتعارضون ويختلفون، وقد تتلون انتاجاتهم عبر الشاشات والصحف، وقد تبدو مختلفة ومتنوعة ومتضادة، لكن بورديو يلفت النظر الى ابعاد اكثر اهمية تتماثل فيها المحطات التلفزيونية والصحف وتتطابق انتاجاتها، وهي فكرة طرحها قبل بورديو آخرون، خاصة ادورنو وهوركهايمر ومدرسـة فرانكفـورت علـى العموم، والتي ركزو فيها على ذلك التشكيل والتنميط الثقافي ، وصناعة الثقافة وتوزيعها علـى شكل سلع متماثلة، فالاغاني قد تبدو مختلفة ولكنها في حقيقتها واحدة وتمثل شيئا واحـدا، انهـا المسئولة عن خلق انسان الاتجاه الواحد ، ذلك الانسان الذي يستجيب لشروط السوق وانماطـه، لخط الانتاج وسلعه المتماثلة، لا الى الانسان الحر الفريد وحاجاته الاصيلة.

بورديو يصوغ فكرته على مستوى آخر. ان ما تنتجه الشاشات متنـوع شـكلا لكنـه متماثـل ومتطابق في المضمون والعمق، فليس المهم اختلاف الصحفيين ومشاربهم والـوان صـحفهم، المهم ان هذه المحطات تسعى جميعها لكي تتطابق مع شروط السوق، انها تخضع لنفس المعلنين ونفس الوسطاء ونفس منطق المنافسة ونفس الجمهور المتحمس الساعي وراء الاثـارة، وهـي تخضع لنفس استطلاعات الرأي ولعوامل نسب المشاهدة، والمتابعة ،وهذا ما يدفع بها في النهاية الى التجانس ، هدف المحطات واحد، ليس لها دوافع سوى السيطرة على الـسوق واحتكارهـا وكلما نجحت في ذلك تطابقت مع اهدافها، يكفي ان نعقد مقارنة بين ما تعرضه الشاشات او مـا تعرضه المجلات على اغلفتها ، انها مضمون العنـاوين نفـسها، مقـدمات الاخبـار نفـسها، الصحفيون ومعدو البرامج ينتقلون من محطة الى اخرى بسهولة وسلاسة ودون عراقيل، انهـم يفعلون الشئ ذاته، وهو الوصول قبل الآخرين في تلك الحلقة المفرغة مـن التنافـسية، ولكـن التنافسية المستجيبة لنفس الشروط، معدو البرامج والمحررين يقرأون ويشاهدون بعضهم، ومـن لا يتابع اقرانه يخرج من المنافسة، وتلك الآلية تشكل اداة عملهم وعـدتهم لممارسـة المهنـة، فالمحطة او الصحيفة التي تنشر خبرا عاديا تلفت نظر الصحف الأخرى الى تغطية هذا الخبـر بمزيد من التفاصيل، انها تحاول حجب الاهتمام عن الآخرين ، فقد تمتاز محطة معينة بنشر هذا الخبر او ذاك، وهذا يدفع محطة اخرى للاندفاع وقطع الطريق بتغطية أخرى مختلفة بالـشكل، ولكن المضمون ان الخبر العادي تحول الى حدث الساعة للمتنافسين (Bourdieu,1998,68).

هذه هي الآلية الميكروية التي يركز بورديو بحثه عليها ليبرزها ويوضح من خلالهـا طبيعـة العمل الإعلامي للمحطات وحتى للصحف. وهو يستثني الصحف الجادة التي كانت في الماضي

تظهر بعض التنوع، ولكنها تحولت الى اشكال متطابقة بعد ان دخلت حلقة الصراع والمنافـسة ..هيئات التحرير والانتاج في الصحف والمحطات تقضي وقتا طويلا في مناقشة مـا تعرضـه المحطات والصحف المنافسة. وتخرج النقاشات دائما بأننا اهملنا كذا ويجب ان نستوفي كذا ولم نركز على هذا التفصيل او ذاك ، وما تختلف فيه الصحف في الغالب لا يحمل اهميـة تـذكر، ولكنه مهم جدا بالنسبة للمعدين والمحررين والمنتجين، انه هاجسهم تحقيق السبق والنجاح، انهم يعتقدون بهذا الإله المهيمن، وهو ما يسميه بورديو بالاوديمات، او نسب المشاهدة، ان هذا الإله يهيمن على وعي العاملين بهذه المحطات، وما يؤرقهم في الغالب خسارة هذه النقطة او تلك في السباق ولا يغفل بورديو عن تأثير عامل اضافي يساهم في صياغة هذه الحلقة الدائرية المفرغة لعمل المحطات والصحف، انها المصادر المتطابقة، فجميع الصحفيين يخضعون لنفس المزودين بالمواد الاخبارية، انهم مصادر المعلومات، المصادر الرسمية من مؤسسات للتربيـة والـصحة والأمن، وهؤلاء يعطون بيانات ومعلومات تكاد تكون متطابقة، كما يلفت بورديو النظر الى تلك الحالة من البداهة والتلقائية والتطابق التي يخضع لها محررو البرامج والاخبار، فقد سأل احـد الصحفيين في إحدى اللقاءات ما اللذي يحدد اهمية الأخبار لديك، لماذا تقدم هـذا الخبـر بينمـا تؤخر خبرا آخر، فأجابه الصحفي بأن هذا عمل بديهي، ويعلق بورديو هنا ان تلك البداهة هـي التي جعلت هذا الصحفي يحتل موقعه، انها قدرته على تقدير ما هو مهم وما هو اقـل اهميـة، وهي بداهة املتها عليه تلك الآليات والشروط نفسها وهي تصوغ نفس البداهة لدى الـصحفيين من المحطات المنافسة وهكذا فإن هذه البداهة تأتي مع الخبرة والمراس ، فالمبتدئون لا يتمتعون بمثل هذا الحس بالبداهة ولذلك فهم لا يديرون العمل وإنما يفتحون عيـونهم وآذانهـم لـسنوات طويلة حتى يحصلون هذه المعرفة البداهية (Shusterman,1999,32).

يعقد بورديو تلك المقارنة بين ما كان مهيمنا في القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين على الكتاب والمبدعين الذين حققوا النجاح والانتشار وبين الآلهة المهيمنة في ايامنا هذه والتي يسميها بألهة (الاوديمات ـ وهي التعبير المتداول عن نسب المشاهدة في ايامنا هذه) . فما كان مهيمنا في السابق هو حالة من التوجس والارتياب من احراز الانتشار التجاري ، فقـد كـان هـؤلاء ينظرون الى ذلك على انه علامة على السقوط والتواطؤ مع الحاضر الذي يعيشونه، وهو شـئ يشبه التهمة والسقوط بالنسبة لمن يقرر الثورة على واقعه والتناقض معه والحلم بواقع آخر، انها نفس الفكرة التي عبرت عنها مدرسة فرانكفورت في تحليلها للفن الأصيل الذي يمتلـك القـدرة دائما على نقض الواقع الراهن والتمرد عليه، وبورديو هنا ربما يستعير الفكرة ليطبقهـا علـى واقع عمل الاعلام في وقتنا الحاضر، ان كتابنا ومحررينا ومديري البـرامج علـى محطـات

التلفزيون لا يشغلهم سوى شاغل واحد، انه التطابق مع الراهن المفروض عليهم والاستجابة لشروطه وليس التمرد عليها ونقضها، انهم يعترفون بالسوق لا بل انهم يتعبدون في محرابه جميعا، ويسجدون لألهته ويستمدون شرعية وجودهم وأدوارهم من شروطه وانماطه، انه منطق التجارة والمال ، وبورديو يعول كثيرا على ان تقف كل تلك الأفكار الأصيلة التي انتجت في الماضي لتخوض معركتها ضد السوق واتجاهاته وجماهيره (Bourdieu,1998, 59).

تحليل بورديو هذا احدث ضجة في فرنسا استمرت عدة اشهر بعد ان اذيعت له محاضرتان هجوميتان (Shusterman,1999,13). لقد صور التلفزيون بأنه يمثل عدو الخطاب السياسي النقدي ،وأداة فريدة للسيطرة الاجتماعية، لأنه يختزل الأحداث ويرعى الجهل والنظرة البليدة لدى الجماهير حيث بات المعلقين الرياضيين ومقدمي البرامج والمذيعين ومديري الحوارات التلفزيونية يمثلون القادة الروحيين للجماهير بما يقدموه من وجبات فكرية خفيفة معدومة القيمة متبعين اجندتهم الخاصة التي تحدد لهم ما هو مقبول للبث او ما هو مستساغ، والحقيقة ان ما قدمه بوردو من نقد للتلفزيون لا يعتبر جديدا من حيث الكم ، فقد سبقه كثيرون تناولوا التلفزيون كموضوع للنقد والتحليل منذ نشأته . وقبل ان يحصل على هذه المكانة التي احرزها بين وسائط الاعلام مع بداية القرن الواحد والعشرين حيث اصبح اهمها على الاطلاق والجهاز المقبول من كافة الأفكار النقدية والايدلوجية بعد ان اصبح اداتها الهامة في الانتشار عبر المحيط الاجتماعي ، وفي تشكيل البنى الاجتماعية والرأي العام الأجتماعي المتعلق بآلاف القضايا . (Shusterman,1999,15) لكن النقد الذي قدمه بورديو هو الأول من حيث النوع الذي يتجاوز كل الافكار السابقة التي ناقشت عدم خلو التلفزيون من العيوب، فهو الأول الذي قدم رؤية راديكالية لهذا الجهاز، فقبل عقود لم يكن احد يناقش بجدوى وسائل الاعلام عموما واعتبارها علامة ايجابية على تقدم المجتمعات ومظهرا لحضاريتها بل وضرورة انسانية لبقاء المجتمعات الحديثة، ولكن بورديو غير النظرة اليها بنظرة مليئة بالشك والريبة كونها تمثل اداة للدعاية وشكلا شاذا وغير متزن بل شكلا غير مقبول وتدميري. وكل ذلك قدمه بورديو من خلال تشريح جدي وعقلاني محكم، يبين ان حالة الجماهير التي يخاطبها التلفزيون اصبحت سيئة للغاية تشبه الى حد بعيد حالة شخص مدمن وعاجز وجاهل يعتمد كليا على ما يقدم اليه من ترهات، كل البرامج التلفزيونية التي تقدم عبر المحطات المختلفة في الكابل الامريكي تخلق بالنسبة لبورديو ثقافة التلفزيون الخادعة بما تحويه من مادة ساخرة من الاوضاع المؤسفة التي يعيشها الانسان الامريكي ، فالبرامج الحوارية وتلفزيون الواقع والاخبار واخبار التسلية في المقابل واستعراضاتها، وكل هذه البرامج يجمعها جامع واحد إنه المشاهد الغافل غير الفطن.

وهي كلها بحسب بورديو تقـدم بـصفة وقحـة مـادة غبيـة وعميـاء لـبعض الحقـائق . (Shusterman,1999,77). فالمهم بالنسبة لبورديو في النهاية امتاع الجمهور وعـدم اثـارة وعيه وحث تفكيره من خلال تقديم ما هو مناسب لتفكير الجماهير والنهـوض بمـستوى هـذا التفكير، فيما تغفل عن قصد القضايا ذات الاهمية الحيوية والتي تتطلب وعيا حقيقيا ومـشاركة نشطة من قبل الناس، انها الاستعراضات التي تتحقق بمدى كونها سخيفة وسطحية. والناظر الى ما تقدمه المحطات الامريكية يدرك كيف ان كل ما تقدمه هذه المحطات انما هو مضيعة للوقت الثمين بالنسبة للناس وهدر وتجارة في غير صالح المشاهد الامريكي.

يقول بورديو في احدى المقابلات التلفزيونية " انا اعتقد ان التلفزيون يشكل خطرا جديا على كل مواقع انتاج الثقافة الانسانية ، بالنسبة للفن والادب والعلم والفلـسفة والقـانون " . ويقـول : " الغرض من علم الاجتماع مثل اي علم هو كشف ما هو محجوب ومخبأ . وهو بذلك انما يحاول الحد من العنف الرمزي الذي يتخلل العلاقات الاجتماعية خصوصا ضمن العلاقـات المـسماة بعلاقات الاتصال . ويقول " ان عالم الاجتماع يجب ان يثير الاشياء لكي يدفعنا لجعل الأشـياء في وعينا بعد ان كنا نفضلها ان تكون في لا وعينا " ويقول " ان اوغست كومت قال ان العلـم يقود الى البصيرة والبصيرة تقود الى العمل (Shusterman,1999, 77).

2- المستقبل الافتراضي والحقيقة المفرطة

كان ديوي المفكر الاقتصادي البراغماتي الشهير من مؤيدي الحرب، وقد قـال :" ان الحـرب كانت تدريبا للتفكير البراغماتي ، نحن نتقن ذلك ، فنحن اذكياء، وقادرون على فرض سـيطرة اجتماعية وإدارة اجتماعية ، وينبغي ان نفعل ذلك لاننا افضل من غيرنا. وقـد انتقـد ديـوي النزعات الاجتماعية السلمية ، وسخر منها لانها غير معقولة، فلم تأخـذ بالمبـدأ البراغمـاتي ، وكانت وجهة نظره ان العنف جيد إذا ما حقق نهايات طيبة (تشومسكي،258،2004)

وفي العشرينات من القرن الماضي كتب غرامشي المفكر الايطالي أن احدى العقبات الرئيـسية امام التغيير هي ان القوى المهيمنة تعيد انتاج ايدلوجية الهيمنة، وأن من المهام الجليلة التي تقـع على كاهل المثقفين .. تطوير تفسيرات بديلة للواقع. لقد كان المثقفون اكثر تفـاؤلا فـي بدايـة القرن العشرين وأكثر ايمانا بأن الزمام لم يفلت بعد من ايدي البشر وأنهم قادرون على المقاومة وإحداث التغيير المطلوب (تشومسكي ،2005). ولكن في نهاية القرن العشرين فإن بودريـارد يرى في كتابه (vital illusion) ان المجتمعات المعاصرة بدأت تحث الخطـى نحـو نهايتهـا الكارثية ومصيرها المجهول حيث بدأت التحولات تطال الحقائق الوجودية الكبرى للانسان.

لم تعد المسألة التي تواجه البشر بحسب بودريارد هي تحولات عارضة يمكن لهم التحكم فيهـا والتكيف معها أو مقاومتها. المسألة بدأت تتعدى هذه الحدود بكثير، انها تطال طبيعتنا البـشرية التي عهدناها منذ وجدنا على هذه الارض. انها تطال البنى الاساسية التي أقيم عليهـا الـوعي والوجود الانساني، انها الحقائق الوجودية في حياتنا كالجنس والولادة والموت والتفكير، فالجنس مثلا تحول عن وظيفته الاصلية والتي كانت تشكل لب حقيقته الوجودية كوسـيلة للتكـاثر مـن خلال ما يسميه بودريارد بالثورة الجنسية في العصر الحديث، فقد شهدنا في البدايـة تحـررا للجنس من وظيفة التكاثر عبر موانع الحمل المختلفة، ثم شهدنا حركة اخرى لتحرير الانسان من الجنس تماما عبر فكرة الاستنساخ الجيني ، باستخدام التكنولوجيا البحته. واما الثورة الاخـرى فقد كانت على الموت فالتطور يتجه الى نزع مسألة الموت من الحيـاة وإقـصاء الحيـاة عـن الموت. وهذه الثورة تستهدف سلب الموت لدوره الذي لعبه عبـر التـاريخ كحقيقـة وجوديـة (انطولوجية) تحدد وعينا بالاشياء من حولنا، ولا يمكن التفكير في ما تم تحصيله مـن معرفـة بالهندسة الجينية دون التفكير بمسائل اطالة العمر عن طريق التحكم بالجينات اقصاءا أوانتقـاءا من خلال التكنولوجيا الاكثر تعقيدا وتطورا (Baudrillard,2000).

ويلفت بودريارد هنا ان ما يقوم به البشر في هذا المجال يستهدف اسـتبدال حقـائق وجودنـا بحقائق افتراضية. وان الجنس والموت كأمثلة، سيتحولان الى حقيقتين افتراضيتين. أو خيارين في النظام الانساني الفاعل. ويشير الى ان من بين ما ينتظرنا في المستقبل في هـذا المـضمار حالات من (الجنس السيبر، والموت السيبر) او الاشكال الافتراضية عن هذه الحقائق. لكن ماذا عن الأخطر فيما تحمله ثورة المستقبل الافتراضي. بحسب بودريارد انه ما ينتظر تفكيرنا العام كله من خلال استبداله بتفكير افتراضي يدخل ايضا في عالم الاعداد القبلي والبرمجة المـسبقة فيصبح لدينا (تفكيرا سيبرانيا). ولكن هل ذلك ممكن فعلا.

يلفت بودريارد النظر الى ما مارسه الغرب من هيمنتة وفرض فكـره وخطابـه علـى كـل الشعوب المفارقة لثقافته على مدى القرنين الماضيين، فقد تظـافرت وتتابعـت جهـود النـسخ والتطبيع مع الثقافة الغربية ومعاييرها، ولفترة طويلة شن الغرب هجوما على كل ما هو (غير انساني) من وجهة نظره (25، Baudrillard,2000). وعلى كل ما هو مفـارق لمـا يـسميه الغرب بالحداثة، وكل شي تم اخضاعه للنظرة التطورية الانثروبولوجية الغربية.انها اخـضاع كل شي الى فكـرة (الـزي الواحـد) (uniform thought)أو الفكـرة الاحاديـة (mono thought).

في الواقع هذا ما اوحى لبودريارد ان يكتب مقالة بعنوان (حرب الخليج لن تقع) وذلك في نهاية حرب الخليج الثانية. وكان المقال اشبه بهلوسات اللامعقول فحرب الخليج وقعت وانتهى الأمر. ولكن بودريارد اختار ان يفسر الحرب التي سمتها الميديا بـ (عاصفة الصحراء) كمـا رآهـا وسمعها من وسائل الاعلام، وقد قال : "حين يراقب العالم الحرب على شاشات التلفزة يشعر أن الحرب لم تكن موجودة في الواقع، بل فقط على تلك الشاشات. مضيفاً إننا " في خوفنا مـن أي شيء قد يبدو ممعناً في واقعيته، توصلنا إلى اختراع مكان تتمثل الحرب فيـه، لأننـا أصـبحنا نفضل ما هو افتراضي على ما هو واقعي، أي على ذلك الواقع الذي أضحى التلفزيون مرآتـه العالمية " فالتلفزيون اصبح بحسب بودريارد اكثر من مرآة ، لقد حل كليا مكان الواقع واصـبح هو واخباره الميدان الحقيقي للمعركة " (القدس العربي – السبت / 8 أبريل / 2007).

وحين سقط برجا التجارة العالمية في أيلول 2001 كتب بودريارد مقالة بعنوان عنـف العـالم تناول فيها حدث السقوط بدلالاته الرمزية. "هذه الوحوش المعمارية العملاقة. مارسـت دائمـا سحرا غامضا، احساسا متناقضا من الجاذبية والنفور، وبالتالي ، في مكان ما، رغبة خفية فـي رؤيتها وهي تسقط وتختفي .. " .. البرجان يمثلان موضوعا ماديا - معماريـا مـن جهـة وموضوعا رمزيا (رمز القوة المالية والليبرالية العالمية). الجسم المعماري ليس مهما وهو قـد تحطم. وأما الموضوع الرمزي فهو الذي استهدف واريد تدميره .." ويتناول بودريارد صـورة البرجين التي شرعت وسائل الاعلام باعادتها وتكرارها قائلا: الحدث والصورة همـا هنـا أولا وبشكل متزامن ومبهم، الحدث -الصورة، والصورة - الحدث .. الصورة هنا في موقع الحدث، تقوم مقامه، واستهلاك الصورة يستوفي الحدث بالوكالة. هذه الرؤية الاستبدالية هي الاستراتيجية ذاتها للنبأ - اي في الواقع، هذه الرؤية تتبع غياب النبأ بكل الوسائل. لقد غيبت صورة تهـاوي البرجين النبأ او الحدث بالكامل وحلت محله، وما سوف يبقى من هذا الحدث هو الصورة فقط، انها الواقع الافتراضي للحدث .. الحدث يختلف عن الصورة بالتأكيد، ولكن الـصورة امتـصته بالكامل وحلت محله. وهكذا فإن الحرب الافغانية مثلا ليست حربا، وإنما هي مـا تقولـه لنـا وسائل الاعلام عنها .. وهي ليست اعلاما على الاطلاق . .. فغياب الاعلام يساوي بطريقة ما غياب الحرب" (محمود، 2005 : 55).

وبالنسبة لنا فهنا بيت القصيد. انه الاعلام والميديا والحقيقة الافتراضية المفرطة والعالم العجائبي الذي نغرق فيه. وسوف يشكل موضوع الاعلام هذا محور اهتمامنا الاساسي في هذا البحـث، حيث سنطرق هذا الباب الكبير والمتشابك لنستجلي واقع الصورة لدينا نحـن فـي مجتمعاتنـا العربية. خاصة وأن الرؤية التي سادت الكثير من دراستنا لهذا الموضوع اتسمت بـالكثير مـن

التبسيط والتسطيح. فهي لم تأخذ هذا الموضوع إلا من زاوية الدور والوظيفة لا من ناحية البنية والماهية.

3- والخطاب الاعلامي وعلم الأشارات

رغم ان المفكر الكبير ميشيل فوكو لم يكتب كثيرا في الاعلام بشكل خاص إلا ان أعماله فتحت ابوابا جديدة في التحليل امام علماء الاجتماع من مختلف التخصصات ومـنهم علمـاء اجتمـاع الاتصال.

من بين اهم افكار فوكو هي فكرته عن طبيعة تكوين المنظومات المعرفية والخطاب المعرفـي، فالبشر بالنسبة لفوكو هم منتجات للمنظومات المعرفية وخطابها اللغوي، وهذه المنظومات تظهر وتختفي ويكون بينها قطيعة معرفية بحسب الزمان والمكان. فهي نسبية، وهذا يعني ان الانسان لا يمكن له ان يرى نفسه ويرى الأشياء حوله إلا من خلال منظومته المعرفية التي ينتمي اليهـا والتي هي في الواقع نسبية ومتغيرة، وبالتالي فإن الحقائق والوقائع التي نتعامل معهـا لا تعـدو كونها منطوقات لغوية نحن خلقناها ونحن نكون منها منظومات منطوقيـة وتـشكيلات لغويـة يسميها فوكو بالخطاب (discourse). والبشر هنا ليسو هم الفاعل الوحيد بل هم ايضا منتجات لممارسات خطابية سابقة، وكذلك فإن الموضوعات (Objects) ليست حقائق اجتماعية ثابتة بل ان البحث عنها يجب ان يستقصي كيف يأتي بها الفاعلون للوجود من خلال اللغة وكل ذلك انما ضمن عملية معقدة تحكمها القوة (power) . فالمعرفة والقـوة(Knowledge and power) هما وجهان لعملة واحدة بل ان فوكو صاغ منهما مصطلحا واحدا هو معرفة - سلطة، او سلطة - معرفة (langer,1998). فمن يشكل معرفتنا بالاشياء هم الممسكون بمفاصل الـسلطة فـي المجتمع وليسو هم السياسيون فقط بل ان السلطة موزعة على شبكة عريضة تنـتج خطاباتهـا المعرفية عن الانسان والكون والاشياء. والخطاب بالنسبة لفوكو هو كلمة تطلق على مجموعـة من المقولات التي تنتمي الى تكوين واحد او حقل واحد، فالخطاب الطبي الحـديث مـثلا لـه مجموعة من المقولات التي نشأت عليها المؤسسة الطبية الحديثة بكل ما فيها من سلطة، وهـي بالنهاية شكل تاريخي وليس شكلا مطلقا ومثاليا عبر الزمن. الخطاب الطبي الحديث له مجموعة من المقولات ذات التاريخ (Jorgensen and Philip,2002). والخطاب الطبي الحـديث لـه نشأة يمكن رصدها في القرنين الثامن والتاسع عشر، حيث نشأ هذا الخطـاب علـى مقـولات احدثت قطيعة مع الخطاب الطبي الكلاسيكي القديم. وهكذا في اي ميدان من الميادين.

على كل حال يهدف فوكو من تحليله للخطاب الى تنويرنا بوجود البنية غير الواعية لدينا والتي تحد من طريقة تفكيرنا. فالنظم المختلفة للمعرفة تحدد ما هو حقيقي وما هو زائـف ومـا هـو موجود او غير موجود فالمعرفة ليست مجرد انعكاس للواقع انها تتعلق بكيف نرى الواقع مـن زاويتنا. ويبحث فوكو هنا عن البنى المعرفية المختلفة، وهي القواعد العامة التي تحكم ما يمكن قوله وما لا يمكن قوله. ما يعتبر صحيحا وما يعتبر غير ذلك (وهو ما يشكل في النهاية خطابـا في اي ميدان من ميادين المعرفة).

يبين فوكو ان السلطة (power) توفر شروط امكان تشكل الجانـب الاجتمـاعي، وان عالمنـا الاجتماعي عموما يتم انتاجه في نطاق السلطة، ثم تنفصل الاشياء عن بعضها البعض وتكتـسب خصائصها الفردية والعلاقات التي تربط فيما بينها داخل التكوين الاجتماعي. فعلى سبيل المثال اصبحت الجريمة تدريجيا تشكل مجالا له مؤسساته الخاصة (وهي السجون والمحـاكم) ولهـا افرادها (المجرمون، القضاة، السجانون)، واصبح لها ممارساتها الخاصة، مثل اعـادة التأهيـل الاجتماعي والعقاب. كذلك ترتبط السلطة بالمعرفة، فالسلطة والمعرفة كل منهما يفترض وجـود الآخر، وفي هذا المثال فإن نظام السجن (السلطة) لا يمكن تصوره بدون علم الجريمة (المعرفة) (Jorgensen and Philip,2002).

وقد فتح فوكو باب تحليل واسع فيما يعرف اليوم بالسميولوجيا (علم العلامة) او علم الاشـارة، ووسائل الاعلام تنقل او تخلق اليوم فيضا لا ينقطع من العلامات والرموز، ومـن هنـا ظهـر الاهتمام بدراسات سميولوجيا الخطاب الاعلامي، وقد بدأ ذلـك بدراسـة صـور الاعلانـات التلفزيونية في الاربعينات من القرن الماضي، وبعد انتشار الصور التلفزيونيـة اتـسع مجـال البحوث والتحليلات الصورية وعلاقتها بالنصوص المصاحبة لها وعلاقتها بالواقع مـن جهـة ثانية. وقد شارك كل من منز ورولان بارت وتودوروف في وضـع اسـس تحليـل الخطـاب السميولوجي في وسائل الاعلام. او تحليل الخطاب الاعلامي، وقد تناولت البحوث موضـوعات اعلامية متنوعة منها التحليل المتعلق بنشرات الاخبار المتلفزة، فهناك ملامح لغوية وصـورية تتظافر لتحدث الأثر لدى المتلقي وهي بمثابة (كودات) مرئية، حيث يتناول التحليل السميولوجي الطرق المختلفة التي تقدم بها الاخبار عبر التلفزيون، مثل صورة رأس المـذيع وهـو ينظـر مباشرة الى الكاميرا أو استخدام الرسوم البيانية والصور الثابتة والمتحركة، وكذلك طرق نقـل الوقائع الاخبارية في نفس الوقت او طريقة تحدث المراسل للكامرا او اختفاءه لصالح متحـدث آخر من الميدان مباشرة، وما هي خلفية الصورة وإطارها وطريقة تسلسل اللقطات ويفترض هذا التحليل تناول آليات عمل الكمرات والمفردات المستخدمة وغيرها (Tuchman, 1978).

كما يتناول التحليل السميولوجي للأخبار المصورة جميع الكودات اللغويـة المتعلقـة بتـصنيف الفقرات الى موضوعات رئيسية، والمفاهيم المتناسبة مع سياسة المحطة، ففي بعـض المفـاهيم يلجأ المحرر الى استخدام صيغ تفترض نوع من الاتفاق الجماعي مع المستمع والمشاهد حـول بعض الموضوعات التي تكون في الاساس موضوعات جدلية، مثل ان يسمي حركـة مقاومـة بالحركة الارهابية مثلا، كما تتناول كيفية التعامل مع الاختلاف في الرأي مـن خـلال توجيـه مصطلحات ذات معنى بداهي لدى المستمعين ومن خلال اسلوب اتصالي ذو صبغة حوارية.

إضافة الى ذلك فإن التحليل السميولوجي يركز على بعض المفاهيم والتـصنيفات ذات الـصبغة الايدلوجية حيث يتم تضمينها في النصوص الاخبارية بينما تغيب تصنيفات الفئات المعارضة او البديلة او المنافسة، فالاخبار تتحدث بصيغة الحكم اكثر مما تتحدث بصيغة النقابات المضربة او المعارضين فتعابيرهم وتصنيفاتهم اللغوية غالبا ما تكون مكتومة او يتم تجاهلها، كمـا تطـرح الكثير من الأخبار بصيغة الفردية، حيث يغلب الطابع الفردي والشخصي على ابطـال القـصة الاخبارية بينما يتم التعتيم على انتماءاتهم الطبقية او مواقعهم الاجتماعية او يسكت عنها. ينطبق هذا على الفئات او الجهات الخارجية التي غالبا ما تقصى مفاهيمها تماما ويبرز هذا في صـيغ الأخبار التي تتناول الخلافات مع الدول او الأنظمة الخارجية من خلال استخدام ضمني لصيغة الـ (نحن) والـ (هم). ويمكن القول ان اهم ما حققته ابحاث وتحليلات سـميولوجيا الـصورة والنص الاعلامي (الخطاب الاعلامي) هو لفت النظر الى نسبية هذا الخطاب وبعده عن الحقيقة بمفهومها المحايد، وربط هذا الخطاب بخلفياته الايدلوجية والثقافية وعلاقات القوة والمعرفة التي انتجته (fishman, 2001).

ويعتبر المحلل الاعلامي فيركلاو الذي تأثر بمقولات فوكو وبورديو وغرامـشي أن الخطـاب يتمثل في اللغة المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية ما من وجهة نظر معينة. فالخطابات تعيـد انتاج وتعريف الهويات والعلاقات الاجتماعية وتمثل النظم المعرفية والعقدية لـدى المجتمعـات التي تستخدم لغة معينة. كما يعتبر ان كل خطاب ينتمي الى نظام خطابي والى مؤسسة او مجال معين من مجالات المجتمع. ويركز فيركلاو على الممارسات الخطابية لمجتمع معين يطلق عليها تسمية انظمة الخطاب (Discourse orders) ويشمل كافة الانمـاط والممارسـات الخطابيـة المستخدمة في مؤسساته ومجالاته في ضوء الصراع والهيمنة من قبل بؤر السلطة الموجودة فيه (Fairclough , 2002).

4- تشومسكي وصناعة القبول.

الصورة التي تنبأ بها اورويل في الخمسينيات لا تتناقض مع ما يطرحه نعوم تشومسكي المفكر الامريكي والمعارض الابرز لسيطرة القوة العظمى وايدولوجيتها على وعي الناس، وهو يلفت النظر الى اللغة التي تستخدمها وسائل الاعلام في غير موقع من مؤلفاته. وأما اللغة التي يستخدمها تشومسكي لوصف الحالة التي وصلت اليها مجتمعاتنا الحديثة فهي تصور حقيقة هذه العمليات التي تقوم بها الدولة الحديثة تجاه مجتمعاتها من خلال الفبركة والصناعة والتطبيع والتطويع والتدجين والتشكيل وأي فعل قهري يهدف الى حالة تصل فيها السلطة الى السيطرة التامة والنهائية على شعبها. فتشومسكي يستخدم مصطلحات من مثل - (صناعة الاجماع او الرضى manufacturing consent)، والقطيع الضال، والارهاب ليصف بها مضامين عمل الاعلام الذي تسيطر عليه قوى الرأسمال والسوق .. فالشعب او الجمهور هو القطيع الضال الذي يسوقه المتآمرون عليه من سياسيين ومثقفين ، فهؤلاء ليس لهم عمل سوى التأكد من أن هذا القطيع هو تحت السيطرة ليس خوفا عليه من الضياع وإنما خوفا من عصيانه وثورته.

والجمهور برأي المسيطرين عليه هو على درجة من الغباء بحيث لا يفهم الأشياء بسهولة، وإذا اتيحت له الفرصة للمشاركة في ادارة اموره فإنه بلا ريب سوف يتسبب بخلق المشاكل، ولذلك فهم يرون ان عملهم في السيطرة على الجماهير انما هو عمل مبرر اخلاقيا، فلا بد من ترويض الجمهور الضال وأن لا يسمح له بالهيجان وتحطيم كل شئ (تشومسكي،2005 ،6). ولذا فهؤلاء يجهدون من اجل خلق شتى الطرق للتعتيم على الحقائق وتسويق بعض الايدلوجيات التي تخدم الغرض الاساسي في التعمية والتضليل وخير وسيلة لعمل كل ذلك هي وسائل الاعلام التي يجب ان تكون ممسوكة من قبل النظام الرأسمالي القائم.

ويستعرض تشومسكي اهم الآليات التي يستخدمها الاعلام في تدجين الشعب الذي يشبهه بالقطيع الضال . ففي الدرجة الاولى يسعى القائمون على الاعلام لتكثيف الدعاية والبراعة في فنها، ويشبه تشومسكي الدعاية في النظام الديمقراطي الحر بالهراوة في الانظمة الشمولية الدكتاتورية، لا فتا النظر الى ان استخدام الدعاية الاعلامية سواء على المستوى السياسي او على مستوى تسويق البرامج الاقتصادية او اي شأن عام أنما هو اسلوب اكثر ابداعا واعمق اثرا من استخدام القوة العارية وهراوة العسكر في اخضاع الشعوب لدى الانظمة الشمولية (تشومسكي،2005،7).

وأما الآلية الثانية الخطيرة التي توصل اليها عقل النظام الليبرالي الديمقراطي فهي إشغال القطيع أو الهائه عن التفكير بمشكلاته الحقيقية، واما الوسيلة فهي افلام العنف والاثارة والجنس والمسلسلات القصيرة والطويلة اضافة الى مباريات الفرق الرياضية المتنافسة، وهي ما يسميها

تشومسكي (بديمقراطية المشاهدين) حيث كل ما يرغب فيه الناس معروض عليهم . وما عليهم سوى الاختيار والتمتع (تشومسكي،8،2005). وأما ما يسميه تشومسكي بتخويف القطيع فهـي آلية من الآليات المستخدمة في الاعلام الذي يسعى طوال الوقت لكي يثير مشاعر الخوف لـدى جمهوره من اي شئ، وكل ما يمكن ان يصل اليه خيال هؤلاء من خلـق شـياطين او اعـداء وهميين سواء في الداخل او الخارج هو قابل لكي يكون موضوعا يتم تناوله بجدية عبر الميـديا وصرف ساعات وساعات من النقاش حوله بهدف الترهيب والتخويف وصرف انتباه الناس عن الاخطار الحقيقية التي تتهددهم ، فأي وعي حقيقي بمشاكلهم قد يجر الكثير من المشاكل بالنسبة لمن يديرون النظام (تشومسكي،10،2005).

وأما ما يسميه تشومسكي بتشتيت القطيع فيتم عبر آلية اخرى تستخدم دائما عندما يداهم حدث ما ويفرض نفسه على ساحة الاهتمام ، مثل فضيحة سياسية او كارثة بيئيـة - كـشفت لا مبـالاة السياسيين، ففي مثل هذه الضروف تعمد وسائل الاعلام الى صرف انظار الناس عـن الحـدث الرئيسي بحدث موازي ولو تطلب ذلك اختلاق بعض الاحداث او اثارة احداث اخـرى قديمـة واعادة احيائها من جديد وتسليط الضوء عليها. وبهذه الطريقة تشتت وسـائل الاعـلام القطيـع (الشعب) عن الحدث الفعلي بحدث ذو طبيعة افتعالية وهذه هي من اهم آليات الـتحكم بحركـة الناس وتوجهاتهم في الحكومات الديمقراطية.

وبالنسبة لتشومسكي فإذا اردنا ان نفهم مضمون الاعلام الجماهيري في الولايات المتحدة مـثلا فيجب ان نفهم كيفية عمل المجتمع الامريكي. وهنا يجب ان ننظر الى الافراد الـذين تخـولهم مواقعهم صنع القرارات التي تحدد شكل عمل المجتمع، مثل القرارات التي تحـدد الامتيـازات والاستثمارات وشكل الانتاج والتوزيع. وفي الولايات المتحدة فإن مثـل هـذه القـرارات هـي محصورة بيد الشركات الكبرى ومؤسسات الكتل المالية الضخمة، وهذه الجهات حصرا هي التي تجهز الحكومة بموظفيها وتمتلك جميع وسائل الاعلام. وهم من يمتلك القدرة على احتلال مواقع القرار في الدولة. ولذلك فعند فهم الدور المناط بهؤلاء نستطيع ان نفهم البنية العامة للمجتمـع وكيف تعمل وطريقة الحياة التي يعيشها الناس فيه، فكتل المال تسيطر على الـنظم التـشريعية والقانونية والمبادئ العامة للمجتمع الامريكي وهي من يسيطر على موارد الدولـة والحاجـات الحيوية للافراد. ولذلك فإن هؤلاء هم من يصوغ النظام السياسي والايدولوجي للدولة والمجتمع (Interview, Chomsky 1992).

ويبين تشومسكي ان ما اسماه بـ (صـناعة الرضـى - manufacturing consent) انمـا يقصد بها تلك العمليات الدعائية التي تقوم بها وسائل الميـديا الجماهيريـة لتطويـع الجمـاهير

وصياغة وعيها، فهناك جهتان يمكن ان تستهدفا داخل المجتمع، الاولى ما يمكن تسميته بالطبقة السياسية من الناس ،حيث ان 20 بالمائة من السكان هم متعلمون بغض النظر عـن مـستوياتهم الثقافية، وهؤلاء من المفروض ان لهم اهتمامات بالحياة الاجتماعية في الدولة، ويـضم هـؤلاء مدراء ومدرسون وكتاب وقادة رأي. وهذه الفئة يجـب ان يـتم تـسييرها وإشـراكها بـبعض الامتيازات والتحكم بها. والفئة الثانية هي الفئة العريضة التي تشكل ما كتلتـه 80 بالمئـة مـن السكان والتي وظيفتها الاساسية اتباع التعليمات والاوامر بدون ان تفكر. وهـؤلاء هـم الـذين يدفعون الثمن في النهاية (Interview, Chomsky, 1992).

ويوضح تشومسكي ما يسميه بنموذج البروباغاندا (propaganda model) ويقصد به الميـديا القومية التي هي نوع من الخطة العامة القومية التي تضعها وسائل الاعلام الرئيسية لتلتزم بها جميع وسائل الاعلام الاخرى على اختلاف مستوياتها واخـتلاف اجنـداتها والجمهـور الـذي تستهدفه برسالتها. وهذه تقوم بمهمتها من خلال طرق متعددة فهي تختـار العنـاوين وتـوزع الاهتمامات وتحدد طرح قضايا دون غيرها وتؤطر طرحها لهذه القضايا والمسائل بأطر محددة سلفا. إضافة لما تقوم به من فلترة للمعلومات وحصر للنقاشات ضمن سقوف معينة، وهي تقـوم باختيار الموضوعات وتعينها وتشكلها والتحكم بها وتقيدها. وكل ذلك ضمن رؤيـة تأخـذ فـي اعتبارها مصالح الطبقة المسيطرة في المجتمع .ويضيف ان النيويورك تايمز والواشنطن بوست والتلفزيون الوطني من الامثلة التي يمكن اعتبارها ضمن وسائل الاعلام الرئيسية التـي تـشكل نموذج البروباغاندا في الولايات المتحدة. ويعتبر تشومسكي النيويورك تايمز اهم هذه الوسـائل ليس في امريكا فحسب بل وربما في العالم ، حيث تلعب الدور الرئيسي في تـشكيل المفـاهيم والرؤى الاساسية للنخب المتعلمة والنشطة على المستوى السياسي، وعليه فإن لهـذه الـصحيفة دور كبير في صياغة التاريخ الذي نعيشه. حيث أن تاريخنا هو فقط ما يظهر في ارشيف هـذه الصحيفة ، ويمكن للمرء ان يتساءل كيف يظهر التاريخ على صفحات هذه الجريدة وبأية صيغة وصورة ..؟؟ فبعض الاشياء تظهر وبعضها يختفي، وأسئلة تطرح واخرى يتم السكوت عنهـا وتجاهلها، إضافة الى تقديم القضايا ضمن قوالـب بعينهـا وإغفـال قوالـب أخـرى وهكـذا (Interview, Chomsky 1992).

ويتساءل لمصلحة من تحديدا يؤطر التاريخ ويتم تشكيله على هذا النحو ..لافتا النظر ان ذلك لا يرتبط من قريب او بعيد بما يقال عن اختلافات وانحيازات ليبرالية او محافظة في هذه القـضية او تلك، فكلى المحافظين والليبراليين متفقون على نفس الاجندة لنموذج البروباغاندا، وهنا يفنـد تشومسكي اسطورة تنوع الاتجاهات داخل الميديا الامريكية، فلو كانت مختلفة فعـلا لاختلفـت

علاقاتها بمراكز القوة الرئيسية التي يقوم عليها النظام في الاساس، ولكن هامش الاختلاف هـو ظاهري وليس جذري او أساسي، وبنظرة واحدة الى من يملك هذه المؤسسات الضخمة نستطيع ان ندرك انها من نفس النوع . فهي لا تخرج في طرحها عن مفاهيم نظام الـسوق وفرضـياته الاساسية. ويبين تشومسكي ان غرض الميديا عموما يتلخص في خداع عقول النـاس ، وعلـى الاقل فهذه القاعدة تنطبق على ثمانين بالمائة من الجماهير الذين يتعرضون للالهاء من قبل هـذه الوسائل . حيث تشغلهم إما بمشاهدة مباريات كرة القدم او السلة ، ومن من الفرق سيتصدر، او تجعلهم يتساءلون حول قضية مثيرة مثل ولادة طفل بستتة رؤوس في إحـدى المستـشفيات، او ماذا يمكن ان يختار الفرد عند ارتياده للسوبر ماركت، أو معرفة المستقبل عبر التنجيم والأبراج وغيرها من القضايا التي يتلهى بها الناس عادة ، المهم ان يبتعدو عن القـضايا الجديـة التـي تهمهم، وأن تتقاص قدراتهم على التفكير عموما . (Interview, Chomsky 1992) .

تشومسكي يوضح في أكثر من مكان من مؤلفاته ان وسائل الاعلام في النظام الرأسمالي ما هي إلا نظام من الاتصال والرموز الموجهه للعامة بواسطة اساليب الترفيه والاثارة والاخبار يهدف في النهاية لغرس مجموعة من القيم والمعتقدات وانماط السلوك تنتهي بغاية واحدة هي ادمـاج الافراد بالبناء الاجتماعي للمجتمع القائم على تركيز الثروة ضمن دائرة طبقة معينة، ولتحقيـق هذه الغاية فإنه يلجأ الى نظام من الدعاية المنهجية. ويبين تشومسكي ان صـناعة الدعايـة لـم تصبح صناعة منظمة وواعية بذاتها إلا في القرن العشرين، حيث نشأت هذه الصناعة بعـد ان استحدثت وزارة جديدة تدعى وزارة الاعلام في بريطانيا ابان الحرب العالميـة الاولـى. وقـد حاولت الولايات المتحدة استنساخ تجربة مشابهة في نفس الفترة للتأثير علـى عقـول المثقفـين وإقناعهم بمشاركة امريكا في هذه الحرب بعد ان كانت الولايات المتحدة تنأى بنفسها عن حروب اوروبا عموما. وبالفعل فقد تحول الجمهور الامريكي خلال فترة قياسية الى جمهـور مـسعور يطالب بتدمير كل ما هو الماني. وقد تشكلت لاحقا هيئة الدعاية بعضوية اشخاص مـن امثـال ادورارد بانيز ووالتر ليبمان، وهو احد المفكرين الليبراليين (تشومـسكي، 257،2004). وقـد عبر هؤلاء في كتاباتهما منذ العشرينيات ان "بوسعك السيطرة على المواقف والآراء، وصـناعة (القبول) او الرضى لدى الجماهير" بحسب توصيف ليبمان ..الذي يقول :" ان البصيرة الجديـدة - فن الديمقراطية الجديد، هي اننا نمتلك وسائل لتنظيم العقل العام - الرأي العام، قطعة قطعـة كما ينظم الجيش هيئاته وجنوده. علينا ان نفعل ذلك، لاننا نحن الاذكياء والطيبون، وهم اغبيـاء وصم بكم، ولذلك يجب ان نسيطر عليهم ونضبطهم من أجل مصلحتهم. ونحن نستطيع فعل ذلك ... اننا نمتلك تقنيات الدعاية الجديدة العجيبة هذه ... علينا ان نفرض على الناس فلسفة العبـث

ونضمن انهم ركزوا حياتهم على الامور السطحية كالاستهلاك اللاهث وراء الموضة، وعليهم ان يتابعوا ما عرف بالحاجات المتخيلة، اي المخترعة. نحن نكون الحاجات ثم نجعل الناس يركزون اهتمامهم عليها. وعندها لا يزعجوننا. (تشومسكي ،2005) وأما بانيز فهو صاحب التسمية الشهيرة (هندسة القبول) التي تقول ان باستطاعة اعضاء المجتمع الاذكياء توجيه السكان من خلال الدعاية. وهذا ما اعبره المفكران جوهر العملية الديمقراطية .. وقد كتب لاسويل احد المفكرين الليبراليين في الثلاثينيات من القرن الماضي بأنه يجب على الامريكيين ان لا يخضعوا لمعايير الديمقراطية العقائدية المتصلبة التي تفيد بأن البشر هم افضل من يدرك مصالحهم وأنه يجب ان يترك لهم الخيار في ذلك ضمن الخيار الديمقراطي الحر. فالبشر ليسو كذلك على الاطلاق. بل النخب هي التي تنطبق عليها هذه القاعدة، نظرا لأن الناس حمقى وجهلة ولا يدركون مصالحهم الفضلى، وعليه فإن علينا (المثقفين). لاننا انسانيون نهتم لخير البشر - ان نهمش الجماهير وان نسيطر عليها من اجل مصالحها. وأفضل وسيلة للقيام بذلك هي الدعاية (تشومسكي،2005).

في كتابه صناعة الرضى (manufacturing consent) وهي عبارة استعارها من ووالتر ليبمان، يستعرض تشومسكي كيف فشلت المؤسسات الاعلامية البريطانية في الاحتفاظ باستقلالها وكيف اضطرت للاندماج في مؤسسات ضخمة للاعلام ما بين عامي 1960 و1967 من القرن الماضي بفعل ميل النظام الرأسمالي للسيطرة على وسائل الاعلام وإلحاقها بنموذج موحد للدعاية المنظمة. وهو الذي يسميه تشومسكي بنموذج البروباغاندا (Propaganda model). فصحف مثل دايلي هيرالد نيوز وكرونيكل وسنداي ستزن اضطرت لاعلان افلاسها او الاختفاء عن ساحة الاعلام بالرغم من وجود اكثر من تسعة ملايين قارئ معظمهم من الطبقات العاملة وذلك بسبب مقاطعة الشركات التجارية لها وحرمانها من الاعلانات وأموالها كمصادر للبقاء وتحقيق الارباح (Chomsky ,1988).

ويحدد تشومسكي عناصر الضغط على الصحافة التي تدفعها باتجاه الاندماج او تشكيل نموذج البروباغاندا. سواء من جهة تركز الثروة بأيدي جهات معينة والشروط التي تحددها السلطة لمنح التراخيص لعمل وسائل الاعلام داخل المجتمع .والاتجاه العام نحو تحقيق الارباح فيها عن طريق الاعلان، يضاف الى ذلك واعتماد الصحافة على المصادر الحكومية ومصادر مؤسسات الاعمال (business) وخبرائها في الاخبار والمعلومات والتحليلات المتخصصة. وهذه المصادر تملك القدرة دائما على فرض حصار المعلومات على مؤسسات الاعلام إضافة الى تلويحها الدائم بالتهديد القانوني الذي يلاحق الصحفيين ومؤسساتهم من خلال منظومة قانونية محكمة ، فتكفي

قوانين (العداء للشيوعية) أو التعاون مع الخارج وغيرها من وسائل القمع لتردع الصحفيين عن مناقشة اي من الموضوعات الحساسة بالنسبة للنظام الرأسمالي. وهذه العناصر بمجموعها تشكل نموذجا للفلترة التي تستخدمها جميع الانظمة الرأسمالية لحماية نفسها على المـستوى الفكـري والايدلوجي (Chomsky ,1988).

وأما العنصر الاول المتعلق بالقيود المفروضة على التـرخيص والـسماح لوسـائل الاعـلام بممارسة عملها فهو عنصر قديم ويعود تطبيقه لأكثر من قرن من الزمان، ولكن الفترة الاخيـرة شهدت تسارعا في انحصار مؤسسات الاعلام العاملة عن طريق الاندماج. ففي عام 1986 كان هنالك اكثر من 1500 صحيفة يومية عاملة و11000 مجلـة و9000 محطـة اذاعـة و1500 محطة تلفزه و400 دار نشر وسبعة ستوديوهات لانتاج الافلام السينمائية في الولايات المتحـدة. تشكل بمجموعها اكثر من 25000 وسيلة اعلامية، وكان بين هذه الوسائل الكثير من المؤسسات الاهلية الصغيرة والمتوسطة والمحلية في مجالات الاعلام المختلفة. ويوضح تشومسكي ان ثلي الى ثلاثة ارباع هذه الشركات تعرضت في حقبة الثمانينيات للاندماج او الافلاس او التصفية من قبل شركات الاعلام الكبرى في الولايات المتحدة او البنوك او الشركات الصناعية الكبرى مثـل ويستنغ هاوس وجنرال الكتريك . وقد شجع على ذلك محاصرة الشركات الكبرى عـن طريـق تعديل حزمة من القوانين التي كانت تعمل على عدم تركز الملكية والاحتكار مما اضطرها للبيع او الاغلاق (Chomsky,1988,65).

ويناقش تشومسكي تلك الحملات التي تقوم بها وسائل الاعلام بصورة متناغمة ومنظمـة وفـي اوقات متزامنة يشبهها بعمل كورس الغناء . ويستعرض تشومسكي مثلا عليها تلك الحملة التـي شنتها الميديا على الخمير الحمر في كمبوديا، والتي تناولت خلالها تلك الاعمال الوحشية التـي قامت بها هذه الجماعات المسلحة في ستينيات وسبعينيات القرن الماضي ، في حـين تجاهلـت تماما اعمالا متزامنة معها لا تقل وحشية عن اعمال الخمير الحمر لحلفاء الولايـات المتحـدة . كالاعمال التي قام بها سوهارتو رئيس اندونيسيا في جزر تيمور الشرقية بدعم مـن الولايـات المتحدة نفسها. لافتا الى المعايير المزدوجة التي تتبعها وسائل الاعلام (Chomsky ,1988).

اعلام في الكثير من الأحيان يقدم نفسه على انه معاد للسلطة والكثير من الأكاديميين يـساعدون وسائل الاعلام بكتابات نقدية توحي بأن الاعلام هو فعلا مستقل وربما يلعب دورا في التـصدي لمؤسسات الدولة القوية. ففي مؤتمر حول تغطية وسائل الاعلام لقضايا امريكا اللاتينية والشرق الأوسط قدمت الكثير من الاوراق التي توحي بأن الاعلام والصحفيين منحازون بشكل سـاحق ضد الحكومة. وأن هذه الوسائل تتبنى الكذب والدعاية للشيوعية، ثم تقدم مجموعة أخـرى مـن

الاوراق التي تقول ان وسائل الاعلام ليست سيئة بالصورة التي تقدمونها، وربما يكمـن سـبب بعض الأخطاء في ان طبيعة عمل الصحفيين هو عمل مشاغب وهذه هي الديمقراطية. ثم يناقش الموقفان لكي نخرج بنتيجة ان هناك ضريبة للديمقراطية يجب دفعها. وهذه المؤتمرات التي تقدم على انها أكاديمية إنما هي جزء من الوظيفة الدعائية لوسائل الاعلام (تشومسكي ، 1997).

ويستثني تشومسكي من نموذج البروباغاندا بعض الصحف التي لا يشكل عامة الناس جزءا من قرائها ، فتلك الصحف موجهة للنخبة التي تدير الشأن الاقتصادي على الخصوص، فـصحيفتي فاينانشال تايمز و وول ستريت جورنال يتكون جمهور قرائها الاساسي من المدراء الاقتصاديين والسياسيين والطبقة السياسية والاقتصادية التي تدير النظام الاقتصادي. ويحتاج هؤلاء بحـسب تشومسكي الى صورة واقعية عن العالم . فهؤلاء يمتلكون العالم ويسيطرون عليه وهم بحاجـة لكي يروه بصورة واقعية حتى يستطيعوا اتخاذ قرارات اكثر حكمة وموضوعية. وهنا تميل مثل هذه الصحف الى كتابة تقارير أفضل من الصحافة الاخرى التي تتوجه الى العامة او حتى الـى المثقفين الذين هم ليسوا في الادارة ، ولذلك فنجد عبر هذه الصحافة الكثير من التقـارير التـي تتناول بعمق موضوعات الفساد والكثير من المقالات النقدية المعمقة (تشومسكي،2005، 123).

ولكن عموما وبحسب تشومسكي فإن الجماهير معرضة لرسائل قوية ومقنعة من الاعلى وهـي غير قادرة على التواصل بشكل ذو معنى من خلال الاعلام الذي يغيب ردود افعالهم على هـذه الرسائل. فالسياسيون اغتصبو كميه هائلة من القوة مكنتهم ممارسة حجم هائـل مـن الـسيطرة السياسية مستخدمين الاعلام والميديا لتوليد الدعم لتوجهاتهم ولتحقيق امتثال ورضى الجمـاهير ولبث البلبلة وعدم اليقين بين الافراد.

وحتى الأطفال لا يسلمون من الهجمة الدعائية للميديا الامريكية، اي شخص يتعامل مع الاطفال يعرف انهم فضوليون ومبدعون. وأما التعليم في المدارس فهو محاولة لاخراج هـذا الفـضول والابداع من ذواتهم وسكبها في قوالب وجعلهم يتصرفون وفقهـا ، ويتوقفـون عـن التفكيـر، والتسبب في المشاكل. وهنتنغتون يقول: ابق الرعاع بعيدين عن المساهمة في اتخاذ القـرارات. إذ من المفروض ان يكون الناس منتجين مطيعين، يفعلون ما يؤمرون، وأن يبقوا طوال حيـاتهم مستهلكون .لا يفكرون بالامور ولا يعرفون شيئا .(تشومـسكي،46،2004). ففـي الواشـنطن بوست ملحق يدعى (كيدز بوست). يقدم اخبار اليوم للأطفال. ويورد تشومسكي احد الامثلة من هذا الملحق. فبعد وفاة الزعيم الفلسطيني عرفات نشر في الملحق بكلمات مبسطة خبـر يقـول: "كان عرفات رجلا مثيرا للخلاف، يحبه شعبه كرمز لكفاحهم من اجل الاستقلال. لكـن لإنـشاء وطن للفلسطينيين فإنه يحتاج الى ارض هي اليوم جزء من اسرائيل . ولذلك قام بشن هجمـات

على الشعب الاسرائيلي وهو امر جعل العديد من الاشخاص يكرهونـه" .ويمكـن اسـتخلاص المعنى الكامن وراء مثل هذه الاخبار الموجهة حتى للاطفال .. فالواشنطن بوست تقول للاطفال ان الاراضي المحتلة هي جزء من اسرائيل، وهو امر لا تقوله الحكومة الامريكيـة نفـسه. ولا حتى اسرائيل تستطيع التصريح بذلك. وهذا شكل من اشكال التلقين التي تطال حتى الاطفال في الولايات المتحدة (تشومسكي، 2005 ،126).

ومن الطريف ايضا تلك الصيغ التي تقدم بها وسائل الاعلام والميديا المختلفة التاريخ للامريكيين وللعالم ،، فهي تتلاعب بالمفاهيم الى درجة تقصي من التاريخ اي حدث لـم تبـادر لـه الادارة الامريكية او تنخرط فيه بحماسة. فكثيرا ما نسمع عن عملية السلام في الشرق الاوسـط التـي تقدمها وسائل الاعلام على انها مسألة قررت الولايات المتحدة صناعتها بـدافع مـن التزامهـا برسالتها التاريخية. فرغم ان العملية فاشلة بكل المقاييس إلا انها هي وحدها التي تدخل الى حيز ما نعرفه عن التاريخ. فمبادرة الولايات المتحدة التي بدأتها بحسب وسائل الاعـلام لـم تكـن مسبوقة بعشرات المبادرات التي وقفت الولايات المتحدة ضدها وحاربتها بكل الوسائل ،، وهـي بالتالي بقيت خارج السمع والبصر وخارج التاريخ طالما ان ليس لها صدى في وسائل الاعـلام الأمريكية. فلا احد سمع مثلا بعشرات المبادرات للامم المتحدة التي كانـت تـصطدم بـالفيتو الامريكي ولا احد سمع بمبادرة الكثير من القادة العرب في السبعينيات ولا حتى مبادرات منظمة التحرير نفسها في 1976 أو مبادرات قامت بها شخصيات عالمية كثيرة منذ فترة طويلة تعـود الى مراحل مبكرة من الصراع في الشرق الاوسط. فعملية السلام بدأت بكامب ديفيـد فقـط أو بمؤتمر مدريد او اوسلو او غيرها .. ليس هذا فحسب بل ان وسائل الاعلام التـي تـسجل لنـا التاريخ قد صورت الولايات المتحدة وإسرائيل كباحثين لا يكلان عـن الـسلام الـذي يتهـدده الارهاب العربي المشين. وفي مقدمته ارهاب الفلسطينيين انفسهم. لقد نشرت صحيفة البوسـطن غلوب رسما كاريكاتوريا يظهر فيه عرفات منبطحا على الارض وتقف على انفه الطويل حمامة سلام وهو يقول .." حسنا .. حسنا .. لقد اقلعت عن ذلك وآمنت اخيرا بالسلام .. .. هنا يجـب علينا ان نفهم الرسالة فالعرب هم الذين اصروا على رفض السلام لعشرات السنيين ثـم اخيـرا وبجهود من الولايات المتحدة واسرائيل ها هم يستجيبون للسلام" (Chomsky, 1996,350).

ويلفت تشومسكي النظر الى ان احد مقومات النظام الايداوجي للولايات المتحدة ما تمثله بعـض المقالات التي تتوجه بنقد مؤدب لبعض الممارسات الاسرائيلية أو حتى الولايات المتحدة احيانا. حيث تقدم بشكل عرضي ودمث. وأما الانتقادات التي توجه الى الطرف الآخر فهي حادة وهـي تستخدم كلمات مثل الرفض والارهاب والتطرف. ومثل هذه الكلمات يتم حبكها وفرطها بحـسب

الموضوع والمناسبة. أو وصف نفس الموضوعات بكلمات مناقضة لها بحسب الظروف، فمـثلا يتحول السادات الذي كان (محبا لسفك دماء اليهود) في حرب 1973 الى محب للسلام بعـد ان اقتنع اخيرا بفضل الرعاية الكريمة التي قدمها له كيسنجر وكارتر والتي اقنعتـه اخيـرا بـأن الوسائل التي يستخدمها لأبادة اليهود هي غير مجدية ولا انسانية. وقد قدمت صحيفة التايمز في نعي السادات صفحتين كاملتين دونت فيهما تاريخا مزورا بالكامل عن الرجل ، حذفت منه مـا حذفت وأضافت اليه ما اضافت. وهذا نموذج للاستخدام الأورويلي (نسبة الى اورويل) للكلمات والاوصاف التي تزور الوعي العام للمتلقي ..والتي تشكل اللغة فيها اداة لمعنى منفـصل تمامـا عن الكلمات (تشومسكي ،2006، 21). وفي نفس السياق لاستخدام اللغة، يعلق تشومسكي على استخدام كلمة اصلاح في الصحافة الامريكية، وهي واحدة من تلك الكلمات التي برأيه يجـب ان نحذر منها، فهو يقول " احدث بول بوت (دكتاتور كمبوديا) تغييرات كبيرة في كمبوديا، ولكننا لا نسميها اصلاحات، وكلمة اصلاحات مصطلح (اورويلي) أيضا. فهـي تـستخدم للتعبيـر عـن التغييرات التي يؤيدها النظام الامريكي، وكثير من الاصلاحات مـا هـو الا تـدمير منهجـي" (تشومسكي،2004، 257).

ويقارن تشومسكي النظام الايدولوجي للولايات المتحدة بما كان يحدث في العصور الوسطى من استخدام لمصطلحات مثل الهرطقة والتي كانت كفيلة بأن تدمغ من يتهمون بها ليراق دمهم دون ابطاء ودون اي فهم لمعنى هذه الكلمات. فكلمات مثل ماركسي أو راديكالي أو بلشفي أو شيوعي لا تستدعي في الصحافة اي جهد لتفسيرها للقراء وإنما هي تستخدم لتطلق على اشياء غامـضة غير مفهومة على وجه الدقة ولكنها اشياء شريرة بلا ادنى شك. وهي ترفض دون ان تعطـى اي فرصة اخرى لتوضيحها. هذا السلوك يشبه الى حد بعيد سلوك القديسين الذي يتنجسون مـن ذكر الاشياء الشيطانية فيمرون عليها سريعا دون ابطاء (تشومسكي،2006، 31).

وفي موقع آخر يحلل كيف تتناول صحيفة مثل وول ستريت جورنال حدثا مثل الحادي عشر من سبتمبر. ففي كل المقالات وحتى الناقدة منها لسياسة الولايات المتحدة يتم تجنب الاسباب الحقيقية التي تدفع مجموعة مثل مجموعة بن لادن كي تقدم على هذا العمل. وإذا اقدم احدهم على تقـديم الاسباب الحقيقية فإنه سوف يتهم بتقديم تبريرات مجانية للاعمال الارهابية. ويتساءل تشومسكي عن أن المسألة هي في النهاية مسألة تفكير منطقي سليم فإذا كنت مهتما فعلا بألا تقع الاعمـال الارهابية فابحث في الاسباب الحقيقية للارهاب. وأما الاعذار فلا يقدمها النقاد الحقيقيـون لـبن لادن وإنما سياسة الولايات المتحدة الشرق اوسطية منذ الخمسينات (تشومسكي، 24،2003).

وأما حرب العراق التي شنتها الولايات المتحدة تحت ذرائع اسلحة الدمار الشامل والعلاقة مع القاعدة، فقد افردت لها وسائل الاعلام الساعات الطويلة من البث الدعائي. وبعد أن حصدت مئات الآلاف وشردت الملايين فإن تشومسكي يتوقف على شكل من اشكال التغطية المضللة للحرب والتي كثيرا ما تتكرر ضمن اشكال اخرى في الميديا الامريكية. فقد توقفت وسائل الاعلام عند حادثة تتعلق بجندي امريكي خرج عن طوره اثناء القتال وقتل احد الجرحى العراقيين. ويتساءل المعلقون كيف ينحدر الامريكيون الى هذا الدرك ؟ ويتم تضخيم هذه الجريمة وتكرارها مرارا على الشاشات وصفحات الجرائد ليس لأنها فريدة من نوعها. فهي على العكس من ذلك جريمة هامشية ولا تذكر قياسا بالجرائم الحقيقية التي ارتكبتها القوات الامريكية هناك. ولكن ذلك يستهدف التغطية على الجرائم الكبرى والتعمية عليها. وما سكتت عنه وسائل الاعلام صورة اخرى مفارقة لتلك الحادثة، صورة اشخاص يجلسون في غرف مكيفة ويوجهون طائرات بي 52 لتقصف القرى العراقية بقنابل من زنة 1000 كيلو غرام تهبط على رؤوس آلاف العراقيين (تشومسكي ،2005 ، 107).

الجانب المنهجي

الفصل الاول :

1- مسألة بناء الموضوع

1-1 منهج الدراسة

1-2 ادوات الدراسة

1-3 إجراءات اختيار العينة

2- منهجية تخمينات الجمهور واحصائياتها :

1- مسألة بناء الموضوع

1-1 منهج الدراسة :

(طريقة النظر هي التي تخلق الموضوع) (Kaplan,1995). هذه المقولة هي إحدى اهم مقولات سوسير مؤسس مدرسة البنيوية اللغوية. وبالاستناد اليها فإن الظواهر الاجتماعية لا يمكن لها ان توجد اطلاقا بدون منهج يحدد معالمها. وأن الرؤية العلمية التي ننظر بها الى الأشياء من حولنا هي التي تمنحنا القدرة على الخروج من فخ الاسقاطات المسبقة الى فضاء بناء الظواهر كوحدات علائقية تنتمي الى نظام واضح من العلاقات. إذ ان العلم علائقي او لا يكون. وإذا اردنا بناء موضوع دراستنا بناءا علائقيا فلا بد ان ننطلق من رؤية علمية محددة بما تتضمنه من تحديد للبنى (المفاهيم) الاساسية الداخلة فيه من جانب، وتسليط الضوء على علاقة هذه المفاهيم ببعضها من الجانب الآخر. ثم التوصل الى تعميمات يمكن ربط المشتركة منها في مضامين متماثلة او متكاملة في نسق نظري عام (عثمان ،2009).

والمناهج ليست اكثر من من أدوات لتفكيك الواقع أو إعادة بنائه. وهي الامكانية الوحيدة التي تمكننا من رؤية كلية وشاملة للمجتمع، وفي هذه الدراسة فإننا سوف نتبع رؤية تنتمي الى مزيج من التيارات ما بعد الماركسية وفرانكفورت والبنيوية وما بعد البنيوية التي تشترك في تقديم صورة متكاملة للظاهرة قيد الدراسة .. وهي رؤية نقدية ابستمولوجية عموما.

ورغم ان تلك التيارات قدمت نماذج وتصميمات لرؤى ومنهجيات متفاوتة و متنوعة إلا انها تمتلك الكثير من المنطلقات والأسس المشتركة التي يمكننا الاعتماد عليها في فحص موضوع بحثنا وسبر ابعاده بطريقة لا تطرح اشكاليات نظرية أو تناقضا مفاهيميا ومعرفيا. فما قدمه مفكرو مدرسة فرانكفورت كهوركهايمر وأدورنو وماركيوز على صعيد تصويرهم لعمليات (صناعة الثقافة) في المجتمع الحديث ودور وسائل الاعلام في ذلك لا يتناقض بتقديري مع ما قدمه ماكلوهان من نموذج يتعرض للأشكال العميقة التي تطال وعي الإنسان بذاته وقضاياه، ودور التكنولوجيا عموما وتكنولوجيا الاتصال على الأخص في مد اعضائه الجسدية وتوسعتها وما يتعدى ذلك من توسيع او تشكيل لملكاته الفكرية وآليات عملها وقدراتها ومدى الاعتماد عليها بحسب وسيلة الاتصال المستخدمة وطبيعتها التكنولوجية. مرورا بأورويل الذي رسم صورة مظلمة لمجتمعات وأفراد يتم تصنيع ثقافتهم وبرمجتهم بشكل كامل عن طريق منظومات معرفية تعتمد الدعاية التي تسيطر عليها الدولة بالكامل معتمدة على عمليات غسل الدماغ الذي يقوم على إحلال اللامنطق محل المنطق الطبيعي للكلمات والافكار في سبيل الوصول الى انسان

الزي الواحد المتماثل. وهو ما يشبه فكرة ماركيوز عن ثقافة البعد الواحد التـي نبهـت اليهـا مدرسة فرانكفورت عموما. وصولا الى (صناعة الرضى) لدى الجماهير التـي يحـذر منهـا تشومسكي ويحاربها عن طريق الكشف المستمر للوعي الزائف الذي تكرسه وسائل الاعلام في أذهان الناس وآليات تلاعبها بالمفاهيم والكلمات والصور بما يعكس واقعا افتراضيا تصل اليـه الجماهير (التطبيع) ولا تملك القدرة على مغادرته (مرة واحدة وإلى الأبد). وهي حالة حذر منها بودريارد حين صاغ رؤيته للواقع الافتراضي الذي تخلقه وسائل اعلام الصورة الرقمية. وتلـك الثقافة الرأسمالية التي وصلت بالأنسان الى حافة اللاعودة. بعد ان اصـبحت ملكـات الإنـسان وحقائقة الانطولوجية الكبرى كلها تخضع لقوة قاهرة قادرة علـى إعـادة تـشكيلها وفبركتهـا وتصنيعها وصولا الى الانسان السيبراني الرقمي المبرمج بالكامل والذي تختفي فيـه الطبيعـة لصالح التكنولوجيا في نمطها المنتصر الأخير اللاإنساني.

في هذه الافكار والرؤى ما هو متكامل ومشترك، وهذه الرؤى ستشكل قاعدتنا النظريـة التـي ستحكم طرحنا للاسئلة وتحديدنا لأهم المفاصل التي تنبني عليها العناصر والمكونات والعلاقـات الداخلة في صوغ الموضوع قيد البحث. وبما أن الرؤى السابقة تركز علـى البنـى المـستقرة والمتكررة أكثر من تركيزها على حالة التغير بما فيها من دينامية فقد ارتأينـا ان نقتفـي أثـر السوسيولوجيا الدينامية التي تصور حالة التغير والتحول والصراع والاطـراف الداخلـة فيـه، واستراتيجيات الدفاع والمقاومة والتشبث بالبقاء لا سيما وأننا نحاول تفكيك احـد الموضـوعات المعقدة الدائمة الحركة والتحول.

1-2 أدوات الدراسة

حاولنا في هذا البحث الاعتماد على عدد من الأدوات والتقنيات المنهجية التي ترصد الظاهرة قيد الدراسة وتلقي المزيد من الضوء على مكوناتها وعلاقاتها الداخلية والخارجيـة وأهـم اشـكال التفاعل فيها. ولقد حاولنا في البداية الاندماج في الظاهرة والاعتماد علـى الملاحظـة العامـة لرصد الافعال والحركات والمواقف وارتباطاتها لدى المجتمع المبحوث وقد اتيحت لنا الفرصـة الكاملة لعمل ذلك بحكم عملنا في مجال التدريس الجامعي، ثم عمدنا الى الاستمارة كأداة يمكـن لها ان تقيس الكثير من متغيرات للظاهرة المبحوثة، كما اعتمدنا على المقابلات الفردية الموجهة او الجماعية شبه الموجهة وكلها تعتمد على تقنيات تسمح للمتكلم ان يقول ما يريد ضمن حالـة من التداعي الحر بما يمكن الباحث من اكتشاف بعض العلاقات النوعية الى جانـب العلاقـات الكمية ذات الاهمية والتي تشكل الظاهرة قيد البحث.

وبرأينا فإن هذه الأدوات مجتمعة توفر معلومات معمقة تلقي الضوء على جوانب متنوعة من الظاهرة المدروسة وتتجاوز اشكالية المعلومات الاستبيانية القصيرة والمعلبة والمقولبة والجاهزة التي تميل اليها الكثير من البحوث الاجتماعية. نحن نعتقد ان الأدوات المستندة الى المقابلات والملاحظة المباشرة والمعايشة للمبحوثين تمنح فرصة افضل لمعرفة مواقفهم الحقيقية ورؤيتهم وخلفياتهم وتكويناتهم المعرفية ومستويات واشكال وعيهم بانفسهم وبالقضايا المحيطة بهم .

3-1 إجراءات اختيار العينة

لقد كان واضحا لدى الباحث منذ البداية ان العينة يجب ان تتوافر فيها الشروط العلمية اللازمة، سواء من جهة طريقة اختبارها، او لمستوى تمثيلها لمجتمع الدراسة، وقد اعتمدنا على عينة عشوائية من طلاب الجامعة من خلال قصدنا لبعض المساقات والشعب الدراسية التي تتوافر فيها نسب تمثيلية من كافة كليات وتخصصات الجامعة، وقد وفقنا الى ذلك حيث كنا نتأكد من نسب تمثيلية مقبولة لمختلف التخصصات والشعب عن طريق السؤال العلني عن التخصص ورفع الايدي، وأما النسب المرتفعة للاناث فهي تعكس حال الجامعات الحكومية والخاصة عموما حيث يلاحظ ارتفاع ملفت لنسب الفتيات مقارنة بنسب الشباب، وقد كان بامكاننا معادلة النسب لكننا آثرنا الالتزام بمكان الدراسة وعنوانها (جامعة اليرموك) فدرسنا الواقع كما هو بدون ان نتدخل فيه. ومن جانب آخر فإننا كما سبق وذكرنا في أكثر من موقع من هذا البحث نركز على العلاقات النوعية بشكل اكبر ونرغب في قياسها والتعرف عليها اكثر من رغبتنا بالتعرف على العلاقات الكمية.

وربما يندرج هذا النوع من العينات ضمن العينات غير الاحتمالية التي يكثر استخدامها لسهولة الحصول عليها او توافرها بشكل متيسر، رغم ان شروط اختيارها قد تبدو بعيدة عن شروط العينات الطبقية العشوائية، كما تحددها مراجع الاحصاء مثلا، حيث يكون شرط تساوي احتمال اختيار المفردات ضروريا داخل كل فئة او طبقة او تخصص او كلية كما في اليرموك، إلا ان الباحث يرى ان من غير الضروري الالتزام بالشروط الحرفية لاختيار العينة الممثلة العددية واللجوء الى نسب التمثيلية لأن الباحث في الاساس لا يعتقد ان الطلاب يمكن تقسيم تكوينهم على مستوى الاهتمامات والمواقف على اساس الطبقة او التخصص، وهذا ما اثبتته الدراسة لاحقا.وعلى كل حال فلم يتدخل الباحث مسبقا في تحديد عناصر العينة فكانت عينة تتوافر فيها الشروط الاولية المقبولة للتمثيل النسبي العشوائي (فرج ،251،1982).

2- إشكاليات منهجية: تخمينات الجمهور واحصائيات

لقد حاولنا تحت هذا العنوان استعراض عدد من الاشكاليات المنهجية التي رافقت معظم البحوث الاعلامية واكثر اشكالها شيوعا، هي تلك البحوث التي كانت تتبناهـا المؤسـسات الاعلاميـة لأغراض تجارية. وهي تعبر عن تيار جارف ساد البحوث الاعلامية وما يزال يهـيمن علـى الساحة الاكاديمية خاصة في الولايات المتحدة الامريكيـة. فقـد اسـتخدمت البحـوث الكميـة الاحصائية للجمهور لصالح الكثير من المؤسسات الاعلاميـة ونـشراتها الدعائيـة المدعومـة والموجهة عبر الميديا، وقد تضمنت اشكالا متنوعة من المقابلات التلفزيونية المباشرة، او بعض التقنيات الاحصائية الاخرى مثل تقنية المفكرة (diaries) وهي عبارة عن اجهزة تسجل بـشكل يومي البرامج الاكثر مشاهدة وطبيعة جمهورها، إضافة الى تقنيات ارشـيف الميـديا اليـومي الاستهلاكي وغيرها. وكل هذه الطرق كانت مثيرة للجدل بسبب ان المشاركين يقومون دائمـا باختراع المعلومات عن تفضيلاتهم في المشاهدة، خاصة عند حديثهم لباحث على التلفون او لدى المقابلات الشخصية فعدا عن الحرج الذي يشعر به بعض الافراد هناك البحث في معظم الاحيان عن الاجابات المناسبة او التي يعتقد الافراد انها صحيحة (Morley,1980).

ومن جهة ثانية يضاف الى ذلك ما يكتنف عملية التذكر عندما يسأل الافراد عمـا شـاهدوه او استمعوا اليه في الاسبوع او الشهر الماضي. واما من الناحية النظرية فقد هيمنـت علـى هـذه البحوث تقاليد المدرسة السلوكية في علم النفس التي افترضـت ان متغيـر تلقـي المـضامين الاعلامية هومتغير قابل للعزل عن غيره من المؤثرات والعناصر، او التعامـل معـه كفعـل معروف وذو اتجاه واحد. واجمالا فعدا عن كون هذه المنهجيات قد زادت من مشاكل البـاحثين وارباكاتهم في الخمسينيات من القرن الماضي، فإن فائدتها قد تلاشت تماما فـي ايامنـا هـذه، خاصة مع تقدم تقنيات وانواع واشكال الميديا كاستخدام الكوابل او الـصحون اللاقطـة التـي يصعب حصر جمهورها او متابعة حركاته واتجاهاته بسبب تعدد الخيارات واستخدام الريمـوت كنترول وتقنيات التسجيل حيث يتم نسخ البرامج وتسجيلها، واخيرا ظهور تلفزيون الويب، كلهـا تتحدى طريقة البحوث التقليدية التي تستقصي اهتمام الجمهور ونسب مشاهدته (Lull,1988).

وجدير بالاشارة ان هناك الكثير من محاولات تطوير التقنيات والمنهجيات الاحصائية لمعـدلات المشاهدة تزامنت مع تطور تكنولوجيا الاعلام في الثمانينات، مثل بعض التقنيات التي استخدمت ما عرف حينها بصندوق المشاهدة (وهو عبارة عن جهاز الكتروني يوضع في المنازل ويتصل بجهاز التلفزيون ومزود بامكانيات تقنية لقياس معلومات عن طبيعة المشاهدين واعمارهم والمدة الزمنية واي القنوات التي يشاهدونها ، وذلك بعد تزويده بمعلومات عن افراد الاسـرة. ومثـل

التقنيات التقليدية السابقة فهذه التقنية واجهت الكثير من المشاكل حيث تطلبت تعاون جميع افراد الاسرة حيث يعطى كل فرد كود معين ويتم التعرف اليهم حال جلوسهم امام شاشات التلفزيـون، فكثير من الناس رفضو هذه الفكرة او تعاملوا معها باستخفاف، وكثيرا ما التقطت هذه الاجهـزة حركات الحيوانات الاليفة لدى الاسر لتسجلها على انها افراد ينتمون للعائلة ويـشاركونها فـي المشاهدة، وكل هذه العوامل صعبت من رصد حركة الجمهور واتجاهاته (Morley ,1980).

هذه التقنيات والمنهجيات كانت موجهة بشكل رئيسي لصناعة الميديا التلفزيونية، وبالنسبة لها فقد مثل الجمهور لها كتلة بشرية مستهلكة غافلة وذاهلة عن حصص التوزيع والقياس بين المحطات التلفزيونية، او تعاملت معه كسلعة مجردة بارقام المشاهدة والحصص.وهو امر يمكـن تحويلـه بالنسبة لهذه التلفزيونات الى عملة نقدية يمكن تداولها (Ang 1991). وبالنـسبة للكثيـر مـن الباحثين فإن هذا المفهوم للجمهور لا يساوي المفهوم الحقيقي للجمهور ضمن السياق الاجتماعي، وهو مفهوم يشير الى مجاميع من الافراد الجامحين الذين يبقون بعيدين عن التنظيم. مثلما اشـار جون اليس. فالجمهور هو بشكل عميق مفهوم ايدلوجي، له علاقة محدودة بما يفعله المـشاهدون او المستمعون او كيف يتم استجوابهم. مؤسسات البث ليست مهتمـة بالمـشاهدين والمـستمعين وكيف هي طبيعة فهمهم للمضامين الاعلامية او كيف يتفعاعلون معها، فهؤلاء هم بالنهاية افراد اواناس يستخدمون التلفزيون في اوساط بيوتهم وسياقات مجموعاتهم الاجتماعية. وأما الجمهـور بمفهوم محطات الميديا فهم تكتلات خلقت من قبل البحوث الاحصائية، ليس لهـم اصـوات ولا يقدمون من خلال فهم اكاديمي اجتماعي. والبحوث الاحصائية تقدم الجمهور لـيس علـى انـه يستخدم التلفزيون ولكن على اعتبار انهم يستهلكونه. ومؤسسات البث لا تبحث عن المستخدمين للتلفزيون او الميديا ولكنهم يبحثون عن الجمهور (Ellis 1982:49).

ولذلك فهناك فرق جوهري بين قياس الجمهور كما تفعل صناعة التلفزيون، وبحوث التلفزيـون التي تقارب موضوعاتها من خلال تحليل يرصد جميع المتغيرات الداخلة في الظاهرة (ظـاهرة الميديا وتأثرها) من خلال زاوية فكرية ومعرفية مختلفة (Ang 1991). وبناءا على ذلك فـإن البحوث الاثنوغرافيه يمكن لها ان تنتج صورة صحيحة عن نشاط الجمهور. ومثلما يصرح انج بـيأس (ابحث عن الجمهور: ليس هناك تمثيل لجمهور التلفزيون يعطينا مدخلا مباشـرا الـى الجمهور الفعلي الذي يشاهد المضامين ويتفاعل معها: البحوث الاحصائية فقط تستدعي صـورة متخيلة عن جمهور صناعي او مفبرك. العالم الاجتماعي للجمهور الفعلي هو لهذا مشوش وسائل وضبابي ومراوغ، ووصفه لا يمكن ان يتم احتواؤه واستنفاذه من خلال حساب المجموع الكلـي او من خلال مفهوم تصنيفي اسمه جمهور التلفزيون (Ang 1991:35).

ولكن هذا لا يعني ان محاولات فهم الجمهور يجب ان تتوقف، على العكس فإن انغ ببساطة يشدد على كيف نحدد الجمهور ونشاطه الفعلي، بدلا من اعلان موت البحوث التجريبيـة وطرقهـا. بالفعل بالرغم من الاعلان المتشائم حول استحالة معرفة الجمهور، فالكثير من البحوث التجريبية يمكن لها ان تخبرنا بشكل كبير عن كيف يشاهد افراد الجمهور ويستخدمون الميديا.

في اوساط صناعة التلفزيون بالرغم من ذلك فإن الصيغة المركبة ومتعددة الابعاد المعتمدة لديهم لقياس مشاهدة التلفزوين ما تزال مستمرة في ايامنا هذه وأما الباحثون عن الجمهـور الفعلـي بالمفهوم الاجتماعي فيجب ان يتجنبوا قدر الامكان الاحصائيات كمصدر اساسـي لمعلومـاتهم. وبنفس الوقت فإن حلول الانترنت محل الميديا التقليدية وعملها على شد انتباه الجمهـور دفـع بالكثير من مديري المواقع والمشرفين عليها باستخدام نفس التقنيات القديمة لقياس جمهورها من خلال ارقام الدخول المسجلة لأي موقع، وهي ستعاني مما عانته بحوث الميديا الاحصائية سابقا فهي لن تشرح كيف يفهم الناس او كيف يتفاعلون مع مضامين الانترنت على اختلاف اشـكالها. ولن تتعرف هذه الاحصاءات على طبيعة جمهورها إلا مـن خـلال اعـادة تعريفهـا لمفهـوم الجمهور.

ان ظهور الانترنت كوسيلة للتسلية وللمعلومات الجماهيرية تجبرنا علـى اعـادة التفكيـر فـي مصطلح الجمهور. ففي غرف التواصل الاجتماعي على الانترنت، فإن مواقع التصفح والنواقـل تتغير بشكل يومي، مستخدمي التكنولوجيا الالكترونية يمكنهم ان يختـارو ان يكونـو ناشـطين وفاعلين او على عكس ذلك سلبيين ومتحفظين إن رغبو في ذلك، فهم إما يستعرضون الويـب بطريقة مسحية شاملة. أو يبحثون عن معلومات تخص قائمة افلام محلية مثلا، او يبحثون عن المشاركة في نقاش الكتروني يقطع الحدود حول العالم او يختارون لكـي يـشاهدو التلفزيـون ويراقبون الويب بنفس الوقت. وإجمالا فيمكن القول ان الجمهور سوف يستمر بكونـه متبخـر وعنصر مراوغ ومتملص، هذه حقيقة، ومن غير الواضح اليوم كيف ستنبثق الافكـار او كيـف ستتشكل حول الجمهور في القرن الواحد والعشرين.

الجانب الميداني :

الفصل الأول : التحليل الاحصائي - الاستبيان

الفصل الأول

التحليل الاحصائي للاستبيان

الطريقة والإجراءات

خصائص عينة الدراسة:

جدول (1)
توزيع العينة حسب الخصائص الديموغرافية

الخاصية		العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	97	%32.2
	أنثى	204	%67.8
السنة الدراسية	سنة اولى	137	%45.7
	سنة ثانية	108	%36.0
	سنة ثالثة	26	%8.7
	سنة رابعة	29	%9.7
مكان السكن	قرية	134	%44.5
	بلدة	48	%15.9
	مخيم	5	%1.7
	مدينة	114	%37.9

يظهر الجدول (1) الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة من حيث الجنس والسنة الدراسية ومكان السكن، حيث بلغ عدد الذكور من افراد العينة 97 فرداً بنسبة 32.2% في حين بلغت نسبة الاناث اللاتي شاركن في هذه الدراسة 67.8% أي ما يقارب 204 فتاة. وبلغت نسبة الطلبة من السنة الاولى 45.7% أي ما يقارب 137 طالباً وطالبة، في حين بلغ عدد الطلبة في مستوى دراسة السنة الثانية 108 نسبة 36%، وبلغت نسبة الطلبة في مستوى السنة الثالثة 8.7%.

نتائج الدراسة

يتناول هذا الفصل عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة حول **دور وسائل الاعلام في صياغة الوعي العام لدى شريحة الشباب في المجتمع الأردني- حالة .. طلاب جامعة اليرموك**، وفيما يلي عرض لنتائج الدراسة وفق أسئلتها:

للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية أشكال وأنماط وعي الشباب بواقعهم وقضايا مجتمعهم وكيفية تكون هذه النماط والعناصر الداخلة فيها، مع الأخذ بعين الاعتبار أن المتوسط الحسابي الذي يتراوح بين (1-2.33) يعني أن اتجاهات الطلبة منخفضة، والمتوسط الحسابي الذي يراوح بين (2.34-3.67) يعني أن اتجاهات الطلبة متوسطة، والمتوسط الحسابي الذي يزيد عن (3.67) يعني أن اتجاهات الطلبة عالية، وذلك اعتماداً على مقياس الفقرات الذي تتراوح درجاته بين (1-5). وقد تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات التي تضمنتها الأداة ككل، ولكل مجال على حده. والجدول التالي يوضح هذه النتائج.

وفيما يلي عرض للنتائج المتعلقة باتجاهات الطلاب تجاه فقرات كل محور من محاور الأداة على حدة:

أ- المحور الأول: طبيعة التعرض لوسائل الاعلام.

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من الفقرات ذات العلاقة بالمجال الأول " طبيعة التعرض لوسائل الإعلام "، كما يظهر في الجدول الآتي:

جدول (2)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لطبيعة التعرض لوسائل الاعلام مرتبة تنازلياً

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الشباب
1	اخصص جزءا من وقتـي لمتابعـة وسـائل الاعلام المختلفة مـن فـضائيات وانترنـت واذاعات وصحف بشكل شبه يومي ومنتظم .	4.09	0.85	عالي
6	أنا أفـضل متابعـة الفـضائيات بمـشاركة الآخرين سواء الاسرة او الاصدقاء .	3.85	1.1	عالي
8	وسائل الاعلام تلبي الكثيـر مـن حاجـاتي النفسية في التسلية والترفيه .	3.79	1.02	عالي
4	اتابع الاذاعات بشكل عرضي وغير منتظم .	3.57	1.06	متوسط
7	اعتمد كثيرا على وسـائل الاتـصال لتلبيـة حاجاتي المعرفية لأغراض العمل والدراسـة أو اي نشاط جدي .	3.46	1.12	متوسط
3	اخصص الجزء الاكبر مـن وقتـي المتـاح للانترنت والمواقع الالكترونية .	3.33	1.21	متوسط
2	أخصص الجزء الاكبر مـن وقتـي المتـاح لمتابعة الفضائيات .	3.22	1.17	متوسط
10	اذا مر يوم ولم اشاهد فيه مواقـع الانترنـت المختلفة اشعر بعدم الارتياح وبالعزلة عـن العالم.	2.84	1.4	متوسط
5	انا اميل الى قراءة اخبار الـصحف اليوميـة حيث اشتريها بشكل منتظم .	2.79	2.69	متوسط
13	على العموم ، أنا اثق بمصداقية المعلومـات التي تقدمها لي وسائل الاعلام سواء كانـت فضائيات أومواقع الكترونيـة أوإذاعـات أوصحف .	2.7	1.12	متوسط
9	اذا مر يوم ولم اشاهد فيه الفضائيات اشـعر بعدم الارتياح وبالعزلة عن اخبار العالم .	2.65	1.34	متوسط
11	اتابع مواقع الانترنت ولو كـان ذلـك علـى حساب وقت العمل والدراسة .	2.5	1.32	متوسط
12	اتابع الفضائيات ولو كان ذلك على حـساب وقت العمل والدراسة	2.38	1.21	متوسط

يبين جدول رقم (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لطبيعة التعرض لوسائل الاعلام حسب اراء الشباب، فقد كانت توجهات الشباب عالية للفقرات التي تنص على تخصيص جزء من الوقت لمتابعة وسائل الاعلام المختلفة من فضائيات وانترنت واذاعات وصحف بشكل شبه يومي ومنتظم ، وتفضيل متابعة الفضائيات بمشاركة الآخرين سواء الاسرة او الاصـدقاء ، وعلى ان وسائل الاعلام تلبي الكثير من حاجـات الـشباب النفـسية فـي التـسلية والترفيـه،

وبمتوسطات حسابية هي (4.09، 3.85، 3.79). في حين كانت اتجاهات الشباب ازاء باقي الفقرات الواردة في الجدول اعلاه بمتوسطات حسابية على التوالي (3.57، 3.46 ، 3.33، 3.22، 2.84، 2.79، 2.7 ، 2.65 ، 2.5، 2.38) .

ب - المحور الثاني: المضامين الاعلامية

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من الفقرات ذات العلاقة بالمجال الثاني "المضامين الاعلامية"، كما يظهر في الجدول الآتي:

جدول (3)
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الطلبة بالمضامين الاعلامية مرتبة تنازلياً

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
6	اتابع الاخبار المحلية الخاصة بالاردن اكثر من الاخبار الخاصة بالمنطقة العربية .	3.67	1.13	متوسط
5	اقضي معظم وقتي المتاح في التواصل مع اصدقائي عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل التويتر والفايس بوك وغيره.	3.33	1.33	متوسط
3	في متابعتي لوسائل الاعلام أهتم كثيرا بمتابعة الموضة واخبار النجوم من ممثلين ومطربين .	3.26	1.24	متوسط
4	في متابعتي لوسائل الاعلام أهتم بالمواضيع الفكرية وبالشعر والادب والمسرح.	3.23	1.13	متوسط
11	المواضيع التي اشارك فيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي غالبا مواضيع تتعلق بالرياضة والغناء واخبار نجوم الفن أو الرياضة .	3.22	1.22	متوسط
8	افضل متابعة الاحداث السياسية عموما من خلال الفضائيات وليس من خلال اي وسيلة اخرى كالمواقع الالكترونية والاذاعات والصحف .	3.21	1.08	متوسط
9	افضل متابعة المسلسلات والافلام والبرامج الاستعراضية والمسابقات عموما ولا اهتم باخبار السياسة والثقافة .	3.19	1.24	متوسط
2	في متابعتي لوسائل الاعلام لا اهتم بالمواضيع السياسية .	3.11	1.26	متوسط
7	تابعت واتابع ما جرى ويجري من احداث سياسية في المنطقة العربية اكثر من الاحداث المحلية في الاردن .	3.10	1.1	متوسط
1	في متابعتي لوسائل الإعلام أهتم كثيرا بأخبار الرياضة .	3.03	1.38	متوسط
10	المواضيع التي اشارك فيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي مواضيع فكرية او سياسية في الغالب	2.82	1.05	متوسط

يوضح جدول رقم (4) لاتجاهات الطلبة بالمضامين الاعلامية، فقد كانت الفقرة التي تنص على ان الشباب يتابع الاخبار المحلية الخاصة بالاردن اكثر من الاخبار الخاصة بالمنطقة العربية

صاحبة اكبر متوسط حسابي 3.67، تلتها العبارات والفقرات التي تنص على ان الشباب يقضون معظم اوقاتهم المتاحة في التواصل مع الاصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل التويتر والفايس بوك وغيره بمتوسط حسابي 3.33، في حين بلغ المتوسط الحسابي للعبارة الدالة على اهتمام الشباب بمتابعة الموضة واخبار النجوم من ممثلين ومطربين 3.26، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرات التالية (أهتم كثيرا بالمواضيع الفكرية وبالشعر والادب والمسرح، المواضيع التي اشارك فيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي غالبا مواضيع تتعلق بالرياضة والغناء واخبار نجوم الفن أو الرياضة، افضل متابعة الاحداث السياسية عموما من خلال الفضائيات وليس من خلال اي وسيلة اخرى كالمواقع الالكترونية والاذاعات والصحف، افضل متابعة المسلسلات والافلام والبرامج الاستعراضية والمسابقات عموما ولا اهتم باخبار السياسة والثقافة)، على التوالي (3.23، 3.22، 3.21، 3.19). وكانت قيم المتوسطات الحسابية لكل من العبارات التالية (في متابعتي لوسائل الاعلام لا اهتم كثيراً بالمواضيع السياسية، تابعت واتابع ما جرى ويجري من احداث سياسية في المنطقة العربية اكثر من الاحداث المحلية في الاردن، في متابعتي لوسائل الإعلام أهتم كثيرا بأخبار الرياضة، المواضيع التي اشارك فيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي مواضيع فكرية او سياسية في الغالب) على التوالي (3.11، 3.10، 3.03، 2.82).

ج - المحور الثالث - انماط التوجهات لدى الطلاب على المستويات الجادة .

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من الفقرات ذات العلاقة بالمجال الثالث " المحور الثالث - انماط التوجهات لدى الطلاب على المستويات الجادة - متغير أنماط الوعي"، كما يظهر في الجدول الآتي:

جدول (4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الطلبة فيما يتعلق بـ " المحور الثالث ـ انماط التوجهات لدى الطلاب على المستويات الجادة " **مرتبة تنازلياً**

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاهات الطلبة
1	على المستوى الفكري والعقائدي ، اعتقـد ان الفكر الاسلامي يقدم الحل للكثير من مشكلاتنا الاجتماعية والسياسية .	4.52	0.73	عالي
2	افضل العيش في دولة دينية على العيش فـي دولة علمانية تعددية .	4.25	0.94	عالي
5	على المستوى السياسي أفضل أفكار الاحزاب الوطنية التي تهتم بالشأن المحلي للاردن .	3.33	1.08	متوسط
3	على المستوى السياسي ، اميل الـى افكـار الاحزاب الاسلامية أكثر من افكار الاحـزاب القومية واليسارية .	3.27	1.11	متوسط
4	بصراحة كثيرا ما اشعر بالملل عنـد طـرح المواضيع السياسية والفكرية الجادة .	3.25	1.26	متوسط
6	بصراحة لا اجد في الأدب والشعر الجاد مـا يثير اهتمامي على الاطلاق.	2.99	1.4	متوسط

يشير جدول رقم (5) إلى اتجاهات الطلبة فيما يتعلق بـ ـ " متغير أنماط الوعي لدى الـشباب على المستويات الجادة " ، حيث حصلت الفقرة التي تنص على ان الـشباب يعتقـد ان الفكـر الديني يقدم الحل للكثير من مشكلاتنا الاجتماعية والسياسية على أعلى متوسط حسابي (4.52)، في حين حصلت الفقرة رقم (2) والتي تنص على ان الشباب يفضلون " العيش في دولة دينيـة على العيش في دولة علمانية تعددية " على متوسط حسابي قدره (4.25)، ويشير الجـدول ان الفقرة (5) والتي تنص " على المستوى السياسي أفضل أفكار الاحزاب الوطنية التي تهتم بالشأن المحلي للأردن " ، إذ بلغ متوسطها الحسابي (3.33)، اما الفقرة (3) والتـي تـنص علـى ان الشباب وفيما يتعلق بالمستوى السياسي يميلون الى افكار الاحزاب الاسلامية أكثر مـن افكـار الاحزاب القومية واليسارية بلغ المتوسط الحسابي لها (3.27)، وحول الفقرة (4) التـي تـنص على ان الشباب يشعرون بالملل عند طرح المواضيع السياسية والفكرية الجادة فقد بلغ المتوسط الحسابي لها (3.25)، في حين بلغ المتوسط الحسابي للعبارة التي تـدل علـى ان الـشباب لا يجدون في الأدب والشعر الجاد ما يثير اهتمامهم على الاطلاق (2.99).

المحور الرابع: انماط التوجهات لدى الطلاب على مستويات التسلية والاستهلاك

ـ أنماط الوعي لدى الشباب على المستويات غير الجادة

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقـرة مـن الفقـرات ذات العلاقة بالمجال الرابع " أنماط الوعي على مستويات التسلية والترفيه "، كمـا يظهـر فـي الجدول الآتي:

جدول (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الطلبة فيما يتعلق بمجال أنماط الوعي على مستويات التسلية والترفيه والاستهلاك مرتبة تنازلياً

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاهات الطلبة
6	حتى يكون الانسان عصريا فيجب ان يتـابع كل ما يستجد على صعيد الموضـة والزينـة والمقتنيات الشخصية الحديثة .	2.79	1.31	متوسط
5	على صعيد الاصحاب والرفقاء ، افضل دائما الاشخاص العصريين الذين يهتمـون بأخبـار الرياضـة والنجـوم والموضـة ولا احـب الاشخاص ذوي الميول التقليدية الجادة .	2.79	1.33	متوسط
1	أبطال الرياضة هم ابطالي الحقيقيـين الـذين يستحقون المتابعة والاهتمام .	2.67	1.35	متوسط
4	أعتبر ان المظهر الخارجي للانسان ولباسـه يعكس شخصيته من الداخل .	2.56	1.37	متوسط
2	أحترم الكثير من نجـوم ونجمـات الـسينما والتمثيل وأعتبرهم نماذج تمثل غاية النجـاح في الحياة .	2.39	1.23	متوسط
3	أنا معجب بشكل كبير بـالكثير مـن نجـوم ونجمات الغناء واتمنى لو كنت نجما مثلهم .	2.19	1.25	منخفض

يشير جدول رقم (6) إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الطلبـة فيما يتعلق بمجال أنماط الوعي على مستويات التسلية والترفيه، حيث بلغ المتوسـط الحـسابي للفقرة رقم (5) والتي تنص على انه و " على صـعيد الاصـحاب والرفقـاء ، افـضل دائمـا الاشخاص العصريين الذين يهتمون بأخبار الرياضة والنجوم والموضة ولا احب الاشخاص ذوي الميول التقليدية الجادة " (2.79)، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (1) والتي تنص على ان أبطال الرياضة هم الابطال الحقيقيين الذين يستحقون المتابعة والاهتمام حسب توجهات الـشباب (2.67)، وحول الفقرة التي عبر فيها الشباب بـ " أعتبر ان المظهر الخارجي للانسان ولباسـه

يعكس شخصيته من الداخل " فقد بلغ المتوسط الحسابي (2.56)، في حين بلغ المتويط الحسابي للفقرة التي تنص على ان الشباب يحترمون الكثير من نجوم ونجمات السينما والتمثيل ويعتبرونهم نماذج تمثل غاية النجاح في الحياة (2.39)، في حين كانت الفقرة التي تنص على ان الشباب معجبون بشكل كبير بالكثير من نجوم ونجمات الغناء ويتمنون لو كانوا مثلهم فقد بلغ المتوط الحسابي لها (2.19).

المحور الخامس: مكونات ثقافية أخرى

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من الفقرات ذات العلاقة بالمجال الخامس " **مكونات ثقافية أخرى** "، كما يظهر في الجدول الآتي:

جدول (6)
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الطلبة فيما يتعلق بمكونات ثقافية أخرى مرتبة تنازلياً

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
4	أعتبر أن الكثيرين من افراد اسرتي وعشيرتي الكبار يمثلون قدوة لي ومثلا أعلى في حياتي .	4.45	4.73	عالي
2	نشأت في اسرة مهتمة بالشأن الفكري والأدبي والسياسي ولذلك فأنا اهتم بهذه الموضوعات .	3.12	1.04	متوسط
3	زاد وعيي بالكثير من القضايا السياسية والفكرية في المدرسة التي درست فيها بسبب اهتمام المدرسين والمناهج بهذه المواضيع .	3.06	1.18	متوسط
1	قرأت الكثير من الكتب التي تبحث في الشئون الفكرية والسياسية والعلمية المختلفة .	2.93	1.21	متوسط
5	لدي صلات قوية بقادة احزاب ووجهاء وشخصيات من مجتمعي المحلي وانا معجب بشخصياتهم وأدائهم .	2.74	1.28	متوسط

يشير جدول رقم (7) إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الطلبة فيما يتعلق بمكونات ثقافية أخرى، ويبين أن الفقرة رقم (4) والتي تنص على " أحترم الكثيرين من افراد اسرتي وعشيرتي الكبار وهم يمثلون قدوة لي في حياتي "، قد حصلت على أعلى متوسط حسابي (4.45)، وهو أعلى من (2.35)، الأمر الذي يشير إلى أن الطلبة في جامعة اليرموك موافقين عليها، بينما حصلت الفقرة رقم (2) والتي تنص على " نشأت في اسرة مهتمة بالشأن الفكري والأدبي والسياسي ولذلك فأنا اهتم بهذه الموضوعات " على متوسط حسابي قدره

(3.12)، وتشير النتائج أيضاً أن الطلبة المشاركين في هذه الدراسة موافقين على الفقرة رقم (3) التي تنص على " زاد وعيي بالكثير من القضايا السياسية والفكرية في المدرسة التي درست فيها بسبب اهتمام المدرسين والمناهج بهذه المواضيع " ، إذ بلغ متوسطها الحسابي (3.06)، في حين بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (1) التي تنص على " قرأت الكثير من الكتب التـي تبحـث فـي الشئون الفكرية والسياسية والعلمية المختلفة " (2.93)، اما الفقرة (5) فقد بلغ المتوسط الحسابي لها (2.74).

المحور السادس: مستوى الثقافة بوسائل الاعلام

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من الفقـرات ذات العلاقـة بالمجال الخامس " متغير مستوى الثقافة بوسائل الاعلام "، كما يظهر في الجدول الآتي:

جدول (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الطلبة فيما يتعلق بمتغيرات مستوى الثقة بوسائل الاعلام مرتبة تنازلياً

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
2	ادي قناعة بأننا نعيش في زمن اكتسبت فيه وسائل الاعلام الكثير من الحرية والموضوعية في نقل الاحداث حول العالم .	3.86	1.01	عالي
3	فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي ادي ثقة انها تلعب دورا كبيرا في زيادة الوعي لدى الافراد عموما وتزيد من نسب مشاركتهم السياسية والفكرية .	3.76	0.97	عالي
8	مع قناعتي بأن هناك محاذير يجب اخذها بعين الاعتبار لدى التعامل مع وسائل الاعلام إلا انها تعمل لصالح الافراد والجماعات عموما حيث تزيد نسبة معرفتهم عموما .	3.56	1.03	متوسط
6	ادي قناعة بأننا نعيش في عصر يتم فيه تداول المعلومات بحرية وديمقراطية وهو امر ايجابي ويعبر عن التقدم والتطور .	3.55	1.12	متوسط
11	اعتمد في متابعتي للأخبار على القنوات الرسمية واعتبرها اكثر مصداقية من غيرها .	3.38	1.15	متوسط
4	مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتر وغيرها هي مواقع موثوقة والمشاركة فيها ايجابية .	3.03	1.16	متوسط
10	اعتمد في متابعتي للأخبار على القنوات العالمية مثل السي ان ان والبي بي سي والاي بي سي وغيرها من القنوات والوكالات العالمية ، واعتبرها اكثر مصداقية ومهنية .	2.99	1.13	متوسط

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
9	القنوات الاخبارية العربية الكبرى مثل الجزيرة والعربية والبي بي سي هي على العموم تتمتع بالمصداقية والمهنية .	2.97	1.22	متوسط
1	بشكل عام ، أثق بمصداقية الأخبار السياسية التي تنقلها وسائل الاعلام التي اتابعها .	2.95	1.19	متوسط
7	لدي قناعة بأن معظم المواقع الالكترونية سواء كانت مواقع جادة ام ترفيهية لا ترتبط بأي اجندة سياسية او استخباراتية عالمية او محلية .	2.94	1.16	متوسط
5	ليس لدي مخاوف من ان تستخدم المعلومات الشخصية التي اضعها على مواقع التواصل الاجتماعي لغير صالحي في اي حال .	2.79	1.29	متوسط

يشير الجدول (8) الى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الطلبة فيما يتعلق بمتغير مستوى الثقة بوسائل الاعلام، حيث يشير الجدول الى ان الفقرة (2) التي تنص على ان " لدي قناعة بأننا نعيش في زمن اكتسبت فيه وسائل الاعلام الكثير من الحرية والموضوعية في نقل الاحداث حول العالم " بلغ المتوسط الحسابي لها (3.86)، في حين بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3) والتي تدل على ان الشباب يعتقدون ان مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور كبير في زيادة الوعي لدى الافراد وتزيد من نسبة مشاركتهم السياسية (3.76)، اما الفقرة (8) فقد بلغ المتوسط الحسابي لها (3.56) حيث نصت على " مع قناعتي بأن هناك محاذير يجب اخذها بعين الاعتبار لدى التعامل مع وسائل الاعلام إلا انها تعمل لصالح الافراد والجماعات عموما حيث تزيد نسبة معرفتهم عموما "، اما الفقرة (6) والتي تنص على ان " لدي قناعة بأننا نعيش في عصر يتم فيه تداول المعلومات بحرية وديمقراطية وهو امر ايجابي ويعبر عن التقدم والتطور " (3.55)، في حين بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (11) " اعتمد في متابعتي للأخبار على القنوات الرسمية واعتبرها اكثر مصداقية من غيرها " (3.38)، في حين بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (4) التي تنص على " مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتر وغيرها هي مواقع موثوقة والمشاركة فيها ايجابية " (3.03)، وكانت الفقرة (10) ذات متوسط حسابي (2.99) اذ نصت على " اعتمد في متابعتي للأخبار على القنوات العالمية مثل السي ان ان والبي بي سي والاي بي سي وغيرها من القنوات والوكالات العالمية ، واعتبرها اكثر مصداقية ومهنية "، انما الفقرة (9) فقد بلغ متوسطها الحسابي (2.97) ونصت على " القنوات الاخبارية العربية الكبرى مثل الجزيرة والعربية والبي بي سي هي على العموم تتمتع بالمصداقية والمهنية"، اما الفقرة (1) التي

تنص على انه و" بشكل عام، اثق بمصداقية الأخبار السياسية التي تنقلها وسائل الاعـلام التـي اتابعها " فقد بلغ المتوسط الحسابي لها (2.95)، في حين بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (7) والتي تنص على " لدي قناعة بأن معظم المواقع الالكترونية سواء كانت مواقع جـادة ام ترفيهيـة لا ترتبط بأي اجندة سياسية او استخباراتية عالمية او محلية " (2.94)، اما الفقرة (5) فقد جـاءت باقل متوسط حسابي بين الفقرات بمقدار (2.79) ونصت على انه " ليس لدي مخـاوف مـن ان تستخدم المعلومات الشخصية التي اضعها على مواقع التواصل الاجتماعي لغير صالحي في اي حال ".

ز- المحور السابع: مواقف الشباب من بعض القـضايا علـى المـستويات الفكريـة والسياسية والحياتية الراهنة والعامة

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من الفقـرات ذات العلاقـة بالمحور السابع " متغير مواقف الشباب من بعض القـضايا علـى المـستويات الفكريـة والسياسية والحياتية العامة "، كما يظهر في الجدول الآتي:

جدول (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الطلبة فيما يتعلق متغير مواقف الشباب من بعض القضايا على المستويات الفكرية والسياسية والحياتية العامة مرتبة تنازلياً

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاهات الطلبة
1	اعتقد ان الشباب في عالمنا العربي هم اليـوم اكثر وعيا على المستوى الفكري والعقائـدي والسياسي .	3.66	1.15	متوسط
2	اعتقد ان الاحداث التي جـرت فـي العـالم العربي مؤخرا تعبر عـن وعـي الـشباب بحاضرهم ومستقبلهم .	3.51	1.09	متوسط
4	لدي قناعة ان وسـائل الاعـلام لعبـت دورا ايجابيا في نجاح الثورات التي جـرت علـى صعيد المنطقة العربية .	3.46	1.22	متوسط
8	لدي قناعة بأن معظم المسلـسلات والافـلام العربية الحديثة تعكس واقع المجتمعات العربية وتعالج كثيرا من القضايا التي يعيشها الانسان العربي .	3.33	1.27	متوسط
5	الاهتمام الكبير بالرياضة لدى الشباب عمومـا هو امر ايجابي ولا اعتقد انه يتجاوز الحـدود الطبيعية .	3.33	1.28	متوسط

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاهات الطلبة
3	اعتبر التحولات التي حدثت في العام الماضي على مستوى المنطقة العربيـة هـي احـداث ايجابية وهي ثورات حقيقية وبالاتجاه الصحيح .	3.28	1.15	متوسط
6	اهتمام الفتيات والشباب بالدراما والمسلـسلات هو في حدوده الطبيعية ، واعتبره من اشكال التسلية غير الضارة .	2.95	1.28	متوسط
7	قد تحمـل المسلـسلات والافـلام الغربيـة والمدبلجة بعض المضامين الغريبة على ثقافتنا لكنها لا تشكل خطرا جديا على هذه الثقافة .	2.62	1.41	متوسط

يبين الجدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الطلبة فيما يتعلق متغير مواقف الشباب من بعض القضايا على المستويات الفكرية والسياسية والحياتية العامـة، حيـث يشير الجدول الى ان الفقرة (1) التي تنص " اعتقد ان الشباب في عالمنا العربي هم اليوم الاكثـر وعيا على المستوى الفكري والعقائدي والسياسي " بلغ متوسطها الحسابي (3.66)، في حين بلغ المتوسط الحسابي للفقرة (2) والتي تنص على" اعتقد ان الاحداث التي جرت في العالم العربـي تعبر عن وعي الشباب بحاضرهم ومستقبلهم " (3.51)، اما الفقرة (4) والتي تنص على " لـدي قناعة ان وسائل الاعلام لعبت دورا ايجابيا في نجاح الثورات التي جرت على صعيد المنطقـة العربية " فقد بلغ المتوسط الحسابي لها (3.46)، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (8) التي نـصت على " لدي قناعة بأن معظم المسلسلات والافلام العربية الحديثة تعكس واقع المجتمعات العربية وتعالج كثيرا من القضايا التي يعيشها الانسان العربي " (3.33) وكان للفقرة (5) نفس المتوسط الحسابي اذ نصت على " الاهتمام الكبير بالرياضة لدى الشباب عموما هو امر ايجابي ولا اعتقد انه يتجاوز الحدود الطبيعية "، اما الفقرة (3) التي تنص على " اعتبر التحولات التي حدثت فـي العام الماضي على مستوى المنطقة العربية هي احداث ايجابية وهي ثورات حقيقيـة وبالاتجـاه الصحيح " فقد بلغ المتوسط الحسابي لها (3.28) تلاها الفقرة (6) بمتـسط حـسابي (2.95) اذ نصت الفقرة على " اهتمام الفتيات والشباب بالدراما والمسلسلات هو في حـدوده الطبيعيـة ، واعتبره من اشكال التسلية غير الضارة "، ثم اخيراً الفقرة (7) بمتوسط حسابي (2.62) وكـان نصها " قد تحمل المسلسلات والافلام الغربية والمدبلجة بعض المضامين الغريبة علـى ثقافتنـا لكنها لا تشكل خطرا جديا على هذه الثقافة ".

ثانياً: اختبار بعض الفرضيات على المستوى الكمي :

لقد اجرينا بعض الاختبارات على فرضيات تتعلق بالمستوى الكمي . وهي ليست من الفرضيات الاساسية للدراسة وإنما كان الغرض منها ابراز اي فروق كمية يمكن ان تـشكل فروقـات ذات دلالة في الاطار العام لفرضياتنا الاساسية لهذه الدراسة. ونحن آثرنا عرض هذه الفروقات كمـا هي، فربما يستفيد منها اي قارئ لهذه الدراسة في تحديد علاقات وعناصر أخرى ضمن اطـار الدراسات الاتصالية والاجتماعية. وأما في تحليلنا النهائي فلم نوظف بأي شكل هذه الاختبـارات ودلالاتها بسبب طبيعة المحاور التي تعرضنا لدراستها ونوعية العناصر والمتغيرات التي ركزنا في تحليلنا لها على رصد واستخراج علاقاتها النوعية بشكل رئيسي.

الفرضية الأولى: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحـو دور وسائل الاعلام في صياغة الوعي العام تعزى الى اختلاف الجنس.

لاختبار هذه الفرضية تم اجراء اختبار (ت) Independent Sample T-test ، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

جدول (10)

نتائج اختبار (ت) طلبة جامعة اليرموك نحو دور وسائل الاعلام في صياغة الوعي العام تعزى الى اختلاف الجنس

المجال	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت) المحسوبة	قيمة (ت) الجدولية	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
طبيعة التعرض لوسائل الاعلام	ذكر	3.25	0.57	1.941	1.96	299	0.371
	أنثى	3.11	0.57				
المضامين الإعلامية	ذكر	3.34	0.65	**3.102	1.96	299	0.002
	أنثى	3.13	0.49				
أنماط الوعي لدى الشباب على المستويات الجادة	ذكر	3.59	0.69	0.219	1.96	298	0.827
	أنثى	3.60	0.55				
أنماط الوعي على مستويات التسلية والترفيه	ذكر	2.88	1.04	**4.504	1.96	298	0.001
	أنثى	2.39	0.79				
مكونات ثقافية أخرى	ذكر	3.35	0.80	0.999	1.96	298	0.319
	أنثى	3.20	1.36				
مستوى الثقة بوسائل الاعلام	ذكر	3.34	0.59	*2.058	1.96	298	0.041
	أنثى	3.19	0.56				
مواقف الشباب من بعض القضايا على المستويات الفكرية والسياسية والحياتية العامة	ذكر	3.34	0.82	1.295	1.96	295	0.196
	أنثى	3.21	0.73				
مجمل المحاور	**ذكر**	**3.30**	**0.51**	**3.025**	1.96	**299**	**0.003**
	أنثى	**3.13**	**0.43**				

*عند مستوى دلالة احصائية اقل من 0.05

** عند مستوى دلالة احصائية اقل من 0.01

يشير الجدول أعلاه أنه يوجد فروق ذات دلالة احصائية في اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو دور وسائل الاعلام في صياغة الوعي العام تعزى الى السنة الدراسـية، وذلـك لأن قيمـة ت المحسوبة لهذا الاختبار بلغت (3.025) وهي أعلى من قيمة ت الجدولية البالغة (1.96)، وعنـد دلالة احصائية قيمتها (0.003) وهي اقل من قيمة الدلالة الاحصائية المعتمدة في هذه الدراسـة والبالغة (0.05). وكانت هذه الفروق لصالح الذكور لأن قيمة المتوسـط الحـسابي لاتجاهـات الطلبة الذكور بلغت (3.30) وهي أعلى من قيمة المتوسط الحسابي لاتجاهات الانـاث البالغـة (3.13).

وعلى مستوى المحاور كانت هنالك فروق ذات دلالة احصائية اتجاهات الطلبة تعزى لاخـتلاف الجنس في المحاور التالية المضامين الإعلامية و أنماط الوعي على مستويات التسلية والترفيـه ومستوى الثقة بوسائل الاعلام، وذلك لأن قيم الدلالة الاحصائية لها كانت أقل من (0.05)، بينما لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية حسب اختلاف الجنس في المحاور التالية: طبيعة التعـرض لوسائل الاعلام و أنماط الوعي لدى الشباب على المستويات الجادة و مكونات الثقافية الأخرى و مواقف الشباب من بعض القضايا على المستويات العامة. وذلك لأن قيم الدلالة الاحصائية كانت أعلى من (0.05).

الفرضية الثانية: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحـو دور وسائل الاعلام في صياغة الوعي العام تعزى الى اختلاف السنة الدراسية.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA وكانت النتائج على الشكل التالي:

جدول (11)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو دور وسائل الاعلام في صياغة الوعي العام تعزى الى السنة الدراسية

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
طبيعة التعرض لوسائل الاعلام	بين المجموعات	1.06	3	0.354	1.048	2.60	0.371
	داخل المجموعات	99.84	296	0.337			
	الكلي	100.902	299				
المـــــضامين الإعلامية	بين المجموعات	1.25	3	0.417	1.325	2.60	0.266
	داخل المجموعات	93.16	296	0.315			
	الكلي	94.41	299				
أنماط الوعي لدى الـــشباب علـــى المستويات الجادة	بين المجموعات	2.27	3	0.758	2.150	2.60	0.94
	داخل المجموعات	104.03	295	0.353			
	الكلي	106.30	298				

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
أنماط الوعي على مستويات التسلية والترفيه	بين المجموعات	1.58	3	0.530	0.632	2.60	0.595
	داخل المجموعات	247.368	295	0.839			
	الكلي	248.957	298				
مكونات ثقافية أخرى	بين المجموعات	5.56	3	1.856	1.257	2.60	0.289
	داخل المجموعات	435.61	295	1.477			
	الكلي	441.183	298				
مستوى الثقة بوسائل الاعلام	بين المجموعات	5.61	3	1.873	5.821**	2.60	0.001
	داخل المجموعات	94.91	295	0.322			
	الكلي	100.532	298				
مواقف الشباب من بعض القضايا على المستويات الفكرية والسياسية والحياتية العامة	بين المجموعات	0.800	3	0.267	0.453	2.60	0.715
	داخل المجموعات	171.82	292	0.588			
	الكلي	172.623	295				
الدرجة الكلية	**بين المجموعات**	**1.656**	**3**	**0.552**	2.531	2.60	0.057
	داخل المجموعات	**64.54**	**296**	**0.218**			
	الكلي	**66.203**	**299**				

يشير الجدول أعلاه الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو دور وسائل الاعلام في صياغة الوعي العام تعزى الى اختلاف السنة الدراسية، وذلك لأن قيمة (ف) المحسوبة لهذا الاختبار بلغت (2.531) وهي اقل من قيمة (ف) الجدولية، وبلغت قيمة الدلالة الاحصائية للدرجة الكلية (0.057) وهي أعلى من قيمة الدلالة الاحصائية المعتمدة في هذه الدراسة والبالغة (0.05). أما على مستوى المحاور، فقد اشارت النتائج الى وجود فروق ذات دلالة احصائية في اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو دور وسائل الاعلام في مجال مستوى الثقة بوسائل الاعلام تعزى الى اختلاف السنة الدراسة للطلبة، وذلك لأن قيمة (ف) المحسوبة لهذا المجال بلغت (5.821) وهي اعلى من قيمة (ف) الجدولية البالغة (2.6)، وعند مستوى دلالة احصائية قيمتها (0.001). أما فيما يتعلق بباقي المحاور والمجالات فقد أشارت النتائج الى أنه لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في اتجاهات الطلبة فيها حسب اختلاف السنة الدراسية.

ولمعرفة اين تركزت الفروقات في مستوى الثقة بوسائل الاعلام تعزى الى اختلاف السنة الدراسة للطلبة، تم اجراء اختبار شيفيه، وأشارت النتائج أن الفروقات كانت بين طلبة السنة الأولى والرابعة وكذلك بين طلبة السنة الثانية والرابعة، والجدول (11) يوضح ذلك.

جدول (11)

نتائج اختبار شيفيه لاتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو مستوى الثقة بوسائل الاعلام تعزى الى اختلاف السنة الدراسة للطلبة تعزى الى السنة الدراسية

السنة الدراسة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
الأولى	-	1.00	0.630	0.002
الثانية	1.00	-	0.661	0.003
الثالثة	0.630	0.661	-	0.297
الرابعة	0.002	0.003	0.297	-

الفرضية الثالثة: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحـو دور وسائل الاعلام في صياغة الوعي العام تعزى الى اختلاف مكان السكن.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA وكانت النتائج على الشكل التالي:

جدول (12)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو دور وسائل الاعلام في صياغة الوعي العام تعزى الى مكان السكن

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	قيمة (ف) الجدولية	الدلالة الإحصائية
طبيعة التعرض لوسائل الاعلام	بين المجموعات	0.966	3	0.322	0.957	2.60	0.413
	داخل المجموعات	99.93	297	0.336			
	الكلي	100.902	300				
المضامين الإعلامية	بين المجموعات	0.646	3	0.215	0.681	2.60	0.564
	داخل المجموعات	93.83	297	0.316			
	الكلي	94.47	300				
متغير أنماط الوعي لدى الشباب على المستويات الجادة	بين المجموعات	1.95	3	0.530	1.488	2.60	0.218
	داخل المجموعات	105.52	296	0.357			
	الكلي	107.11	299				
أنماط الوعي على مستويات التسلية والترفيه	بين المجموعات	1.03	3	0.345	0.412	2.60	0.745
	داخل المجموعات	248.072	296	0.838			
	الكلي	249.106	299				
مكونات ثقافية أخرى	بين المجموعات	1.576	3	0.525	0.353	2.60	0.787
	داخل المجموعات	440.335	296	1.488			
	الكلي	441.911	299				
متغير مستوى الثقة بوسائل الاعلام	بين المجموعات	0.542	3	0.181	0.535	2.60	0.658
	داخل المجموعات	99.99	296	0.338			
	الكلي	100.53	299				
متغير مواقف الشباب من بعض القضايا على المستويات الفكرية والسياسية والحياتية العامة	بين المجموعات	0.112	3		0.063	2.60	0.979
	داخل المجموعات	172.754	293	0.590			
	الكلي	172.866	296				
الدرجة الكلية	**بين المجموعات**	**0.4852**	**3**	**0.01617**	0.073	2.60	0.975
	داخل المجموعات	**66.161**	**297**	**0.223**			
	الكلي	**66.209**	**300**				

يشير الجدول أعلاه الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو دور وسائل الاعلام في صياغة الوعي العام تعزى الى مكان السكن، وذلك لأن قيمـة (ف) المحسوبة للدرجة الكلية للاتجاهات والمجالات الفرعية لها كانت أعلى من قيمة (ف) الجدوليـة، والدلالة الاحصائية اعلى من قيمة الدلالة الاحصائية المعتمدة للدراسة والبالغة (0.05).

الفصل الثاني :

تحليل مقابلتين (دراسة الحالة)

1- مقدمة الفصل
2- المقابلة الأولى
3- المقابلة الثانية

1- مقدمة الفصل

سنحاول في هذا الفصل استعراض نماذج محدودة تمثل بعض المقابلات الشخصية التي اجريناها مع الطلاب من منطلق تحليلي نقدي يحاول تلمس العناصر المكونة لوعي بعض افـراد العينـة التي قابلناها ولكن من زاوية رؤية ننظر من خلالها الى هؤلاء الافراد كمثال موحد يشكل كتلـة مفردة . وما يهمنا هنا هو استعراض الخطوط المكونة لافكار بعض الافراد ومواقفهم وآرائهـم كتكوين موحد، في حين اننا سوف نستقرئ آراء ومواقف هؤلاء من زاوية أخرى في التحليـل النهائي يبرز الاتجاهات والمواقف العامة. وأما هنا فنحن معنيون أكثر بإبراز عناصر التكـوين الفردي وطبيعة هذا التكوين على مستوى الوعي العـام بمختلـف القـضايا وعلـى مختلـف المستويات. وقد وجدنا ان هذه العينات المختارة سوف تبرز الى حد بعيد ذلـك الجانـب الـذي يتحدث عن طبيعة وعي الافراد بقضاياهم، ما مدى تناسـقه ومنطقيتـه وتماسـكه أو تناقـضه ودوغمائيته ، كيف يتشكل وما هي طبيعة العناصر الداخلة فيه، هل تنتمـي الـى بيئـة البيـت والاسرة ام المدرسة ام البيئة الاجتماعية الاوسع أو ما مدى مساهمة وسائل الاعلام في تكوينه . ونريد ان ننبه هنا الى اننا اخترنا ثلاثة مقابلات فقط وهي تشكل نماذج عشوائية مختـارة مـن عشرين مقابلة اجريناها مع الطلاب، وسوف نحاول من خلال تحليل هذه المقـابلات كوحـدات متصلة ان نبرز بعض العناصر التي لا نستطيع ابرازها لدى رصدنا للاتجاهات العامـة كمـا اسلفنا . سيما وأن هذه المقابلات اعتمدت على اسئلة متدرجة صممت لكي تكون اكثـر مرونـة وتفتح بابا للنقاش وتهدف الى كشف الكثير من الجوانب التي لا يستطيع الاسـتبيان اسـتجلائها بشكل واضح .

المقابلة الأولى

المقابلة اجريت مع ع.م وهو طالب يدرس في السنة الثانية ويسكن احدى القرى.

في المحور الأول المتعلق بطبيعة التعرض لوسائل الاعلام فإن ع.م يتعرض بمعدل يزيد عـن ثلاث ساعات يوميا لوسائل اعلام متنوعة وهو يخصص اكثر من ثلثي وقتـه المتـاح لوسـائل الاعلام للمواقع الالكترونية والانترنت عموما. وهو نادرا ما يتابع الإذاعات علـى الراديـو او يشتري الصحف وربما يتعرض لها عرضيا في وسائط المواصلات حيـث يـستمع للمحطـات والمضامين التي تكون بالصدفة على الهواء. واما الصحف فهو قد يطلع على بعـض العنـاوين للصحف المحلية التي يشتريها والده او اي فرد من افراد الاسرة وبشكل عرضي وغير منتظم.

وأما الفضائيات فيقول انه يتابعها بمعدل لا يزيد عن ساعة واحدة يوميا في ضروف تغلب عليها اجواء الاسرة التي تتنوع اختيارات افرادها، وهو يفضل ان يتـابع بعـض البـرامج العلميـة والوثائقية على الفضائيات ولكن بعيدا عن اجواء الاسرة .

وهذه الظاهرة تكررت كثيرا لدى معظم الطلاب الذي استجوبناهم في مثل هذه المقابلة، فمن بين وسائل الاعلام يبرز الانترنت والفضائيات كأهم وسيلتين في حجم المتابعة ، وهذا بالطبع شـئ متوقع لاسباب عديدة منها حجم الانتشار وسعة المضامين وتنوعها على كلا الوسيلتين.

وأما بالنسبة لطبيعة اعتماده على الانترنت في تحصيل المـضامين العلميـة والمعرفيـة التـي يحتاجها لاغراض الدراسة تحديدا فهو يعتمد بشكل كبير يزيد عن 70 بالمائة على حـد قولـه، مضيفا انه لا يحب كثيرا ارتياد المكتبات فهو يستطيع الوصول الى اي مادة او مضمون اكاديمي بواسطة الانترنت حتى انه يحمل الكثير من الكتب عن الانترنت. وهو بنفس الوقت يحمل الكثير من الاغاني والافلام والالعاب الالكترونية، وهو يفضل الافلام التي يصفها بالواقعية ولا يحـب افلام الخيال العلمي.

وبالنسبة لمدى تعلقه بالانترنت فهو يعتبره حاجة يصعب الاستغناء عنها كونها دخلت في حياتـه كجزء منها ، وهو يشعر ان الانترنت يأخذ احيانا من وقته المخصص للدراسة. وهو يـشعر ان الانترنت يغنيه عن الكثير من العلاقات الوجاهية سواء مع الاقـارب او الـصحبة او المحـيط الاجتماعي الذي يتواجد فيه، وهنا لا بد من الاشارة ولو بشكل سريع لمثل هذا التبدل في طبيعة العلاقات الاجتماعية، فالتشبيك الاجتماعي لم يعد قويا على مستوى البيئة المحلية، وهو مفـصل جوهري يتعلق بطبيعة العلاقات الاجتماعية التي احدثتها ثورة الانترنت والاتصالات عموما. فلم تعد علاقات القرابة والصحبة والمجتمع المحلي هي التي تتحكم بطبيعة البنـى المعرفيـة التـي يكونها الفرد، ولكن اصبحنا نواجه فضاءا مفتوحا لتكوين الـوعي لـدى الافـراد، فالعناصـر الجغرافية التي كانت تشكل حتميات ثقافية واجتماعية اصبحت رخوة لدرجة اصبح في مقـدور الافراد تجاوزها الى حد كبير. وهنا تكمن مسألة هامة تتعلق بطبيعة المعرفة التي يكونها الفـرد والتي حاولنا استعراض اهم جوانبها، على مستويات متعددة.

وعندما توجهنا بالسؤال لـ ع. م عن مدى ثقته بالمعلومات التي تقدمها الفضائيات والانترنـت عموما، اجاب انه لا يثق بالكثير منها خاصة تلك المتعلقة بالاخبار السياسية، فالفضائيات بحسب تقديره تخدم اجندات ومصالح تخص الدول التي تديرها.

ولكن ما هي طبيعة المضامين التي تثير اهتمامه عبر الفضائيات والانترنت او يشارك بها. ع.م يقول انه لا يهتم كثيرا بالمضامين السياسية ولكن اهتمامه بها ليس معدوما وهو يشعر احيانا انها

عبارة عن لغز غير مفهوم، واحيانا هي اشبه بالمسخرة وهو يعتقد انها لا تعبر الا عن مـصالح القوى والدول الفاعلة، كما انه لا يحفل كثيرا بأي مضامين ذات طبيعة جادة سواء كانت فكريـة او اكاديمية او حتى ادبية. وهو يهتم احيانا ببعض المعلومات التاريخية التي تتناول قصة حيـاة الابطال التاريخيين او قادة الدول.

وفي المقلب الثاني فهي لا يهتم اطلاقا بالاخبار الرياضية، إلا عند مشاركة الاردن في مباريات (مصيرية) على حد وصفه، وهو يستهجن بنفس الوقت كل هذا الاهتمـام مـن قبـل الـشباب بالمباريات الرياضية بينما هناك اشياء اكثر اهمية ، وكذلك هو يستهجن كل هذا الاهتمام من قبل الفضائيات والمواقع الالكترونية بأخبار نجوم الرياضة والفن وفضائحهم وهو يقول ان مثل هـذه الاخبار لا تشد انتباهه على الاطلاق. ولكن بنفس الوقت لم يبين ع.م ما هي المواضـيع التـي يعتبرها مهمة او اكثر اهمية، هو لا يهتم باخبار الرياضة والنجوم وهو لا يهتم ايضا بالـسياسة واخبارها ولا بالادب والشعر والفن الجاد او الموسيقى. وانما هو احيانا يقـرأ بعـض الـشعر الكلاسيكي او يستمع الى موسيقى او يقرأ بعض الروايات القديمة، ولكنه لا يخصص لها وقتـا منتظما وهي بحسب تعبيره مرهونة بالضروف.

وهنا تجدر الاشارة الى ان نموذج ع.م قد يتكرر ولكنه ليس النموذج الغالب ولكن مـن ناحيـة البنية فهناك الكثير من العناصر التي تجمعه مع معظم الافراد الآخرين ، فالكثيرون منهم يبدون تبرمهم وشكهم واستخفافهم بالمضامين الاعلامية الرائجة على وسائل الاعلام ولكن ذلك لا يكون مترافقا في الغالب مع انخراطهم في مثل هذه المضامين ومشاركتهم في النقاش حولها وعنها بدلا من العزوف عنها والاتجاه للاهتمام والمشاركة في المضامين الجدية على كافة المستويات.

ونلاحظ نفس المفارقة مع ع.م فهو يقضي وقتا ما للتواصل مع اقرانه على الانترنت، وهـؤلاء يصفهم بانهم ممن تتطابق اهتماماتهم مع اهتماماتي، ولكنه يستدرك فيقول انا اجاملهم في الكثير من الاوقات في مواضيع الرياضة والفن لانها تشكل جانبا كبيرا من اهتماماتهم. وهـي التيـار الغالب الذي يجمع العديد من الشباب.

وعودة الى الاخبار السياسية فإن ع.م يقول انه يميل الى متابعة الاخبار الخاصة بالوطن العربي عموما وهو يميل الى متابعة الاخبار السياسية خصوصا على الفضائيات ولـيس المواقـع لأن الفضائيات تنقل الحدث صوتا وصورة وبشكل اكثر مصداقية وواقعية على حد تعبيره. وكـذلك فهو يتابع بعض المسلسلات التي تعالج المشاكل الاجتماعية والسياسية، وهو لا يهتم بالمسلسلات والافلام التركية والمصرية فهو لا يتابع الافلام العربية بشكل عام بسبب تدنى مستواها الفنـي.

وهو يفضل متابعة الافلام الاجنبية التي من الواضح انها تحضى بتقـديره واهتمامـه واعجابـه الشديد .

وهنا نحن نتوقف عند مفصلين، الاول ان ع.م لم يفصح في البداية عن معدل دقيق للزمن الـذي يقضيه على الفضائيات، فقد اتضح انه يتابع بعض الافلام والمسلسلات التي تبثهـا الفـضائيات بشكل لا يمكن معه الاقتناع بمعدل ساعة يوميا كما افاد في البداية. وثانيا رأيه بالافلام الاجنبيـة التي يعتقد انها تستحق المتابعة بسبب رقيها على كافة المستويات كما يفيد، والحقيقة ان مراقبـة عابرة لما تبثه الفضائيات من الافلام الاجنبية (الامريكية خصوصا)، تبين لنا ان نسبة هائلة مما تبثه هذه الفضائيات هي افلام تعتمد الاثارة ولا تعتمد على مضامين ذات قيمة حقيقية، هي افلام اثارة على انواعها العنف والاثارة العاطفية والرعب.

وفي الحقيقة نحن نريد ان نثير بشكل سريع هذه الاشكالية الموجودة لدى الكثير من الشباب الذين قابلناهم ، فكنا نلاحظ دائما عدم وجود بنية ثقافية متينة لدى اي منهم تتيح لهـم التمييـز بـين المضامين الاعلامية التي تحمل قيمة فعلية او بين المضامين الاعلامية الفارغة التي تقدم بتقنيات متقدمة وانتاج ضخم، فسلسلة افلام رانبو مثلا تتربع على قمة الافلام الاكثر مشاهدة ليس لانهـا تحمل مضمونا دراميا عميقا ولكنها تحتل هذه المنزلة بسبب حجم الانتـاج والتـسويق، وحجـم الاثارة البصرية التي تمتلكها. يمكن لنا القول ان البنية الثقافية التي يمتلكها معظم الذين قابلنـاهم لا تتيح له اي قدرة او حس نقدي يمكنهم من فرز المضامين الاعلامية فرزا متماسـكا سـواء كانت سياسية ام فكرية ام ثقافية.

ونعود الى ع.م ففي مستوى آخر ناقشنا ابرز قناعاته على المستوى السياسي والفكـري، وهـو باختصار يؤمن بشعار (ان الاسلام هو الحل) وهو يعتقد ان الفكر الديني شامل فليس هناك شئ لم يطرحه الاسلام ويضع له الاجوبة والحلول، ومن الواضح ان ع.م متأثر بالكثير من الافكـار المثالية التي تخص التاريخ الاسلامي. وهو يعتقد ان تطبيقا صحيحا للدين الاسلامي كفيل بحـل جميع مشاكلنا، وعلى صعيد طروحات الاحزاب السياسية فهو يميل الى طروحـات الاحـزاب الاسلامية اكثر من القومية او اليسارية. وهو يفضل العيش في دولة اسلامية على العيش في اي دولة اخرى علمانية او ليبرالية حرة مثلا. ولكن بشرط واحد هو تطبيق صحيح للدين الاسلامي . وهو بنفس الوقت يقول انه لم يقرأ اي كتاب ذو قيمة في السياسة او في الفلسفة. وما يعرفه لا يتعدى تلك الشذرات التي تعرف عليها على مقاعد الدراسة ايام المدرسة.

وهنا نقف وجها لوجه مع نموذج يتكرر كثيرا في اوساط الطلاب الذي قابلناهم، وهم بالمناسـبة ليسو جميعا ممن يحملون نفس الافكار والتوجهات على الصعيد الفكري والسياسي ، ولكـن مـا

يجمعهم هو انهم جميعا لا يبذلون اي جهود تتعلق بالقراءة والاهتمام بتحسين معرفتهم على كافة المستويات الفكرية الجادة لكنهم لسبب او لآخر ينجذبون لهذا الشعار او ذاك بشكل كبير، بل ان الكثيرين منهم يبدي بعض التعصب لبعض الافكار، وهنا نلمس أثرا واضحا لوسائل الاعلام على اختلافها بطرح مثل هذه الشعارات والترويج لها. ومن خلال المناقشة فالكثيرون يميلون الى حفظ الافكار وترددها اكثر من فهمها ومناقشتها. وهي افكار غير قابلة للنقاش لدى الكثيرين. ولكنهم يؤمنون بها بعمق. ان الآلية التي يكون فيها الناس قناعاتهم السياسية والفكرية لا يبتعد كثيرا عن الآلية التي يكونون فيها قناعاتهم عن الكثير من السلع التي يستهلكونها، فالسلع التي تحضى بالترويج عادة ما تحضى بالقبول بغض النظر عن قيمتها الفعلية والحقيقية. وهذا ينطبق على الافكار بغض النظر عن مدى فهمنا لها.

وفي مثالنا هذا فإن ع.م لم يقرأ كثيرا عن الفكر والعقيدة الاسلامية ، كما لم يقرأ عن غيره من الطروحات، بل على العكس تماما فهو كما يقول ينفر من الافكار الجافة عن السياسة او الفكر او الفلسفة او حتى الادب والفن الجاد كما يصف وكثيرا ما يشعر بالملل حينما يجد نفسه في اجواء يتم فيها تبادل مثل هذه الافكار ومناقشتها. ولكنه بنفس الوقت يعتقد عميقا بالكثير من الشعارات حول هذه المواضيع. وهو ايضا لا يميل الى المشاركة بأي نشاط حزبي او سياسي حيث يعتقد ان جميع الاحزاب المحلية مخترقة من قبل الدولة او تمثل مصالح خاصة لبعض الشخصيات وهو لا يجد نفسه مشدودا لأي من الاحزاب اليسارية او القومية على المستوى الاوسع.

وهو بالمقابل لا يهتم لأبطال الرياضة والفن لانه يعتقد ان هناك قضايا اهم يجب على الانسان متابعتها ،وهو لا يحدد لنا اي من هذه القضايا ولكنه يقول انه معجب كثيرا ببعض الشخصيات والابطال التاريخيون فهم من يشكل مثله الاعلى في الحياة وليس ابطال الرياضة والفن الاستهلاكي. هو معجب بشخصيات من مثل صلاح الدين او عمر بن الخطاب او غاندي او نابليون او حتى هتلر او صدام حسين، ولكنه لم يقرأ كثيرا عنهم.

وهنا لا بد من ملاحظة ان حالة ع.م فيما يتعلق بالاهتمام بالرياضة ليست هي الحالة الغالبة، خاصة في اوساط الطلاب الذكور، فالكثيرون منهم يتابعون الرياضة واخبارها وابطالها بشكل كبير ومكثف. وهم لا يكتفون بالمتابعة عبر الفضائيات بل يشاركون بالتعليق والتحليل في غرف المحادثة عبر الانترنت وهم من اشد المتعصبين لبعض الفرق الرياضية المحلية والعالمية. وهي ظاهرة تحتاج الى الكثير من النقاش لكننا سنكتفي بالاشارة الى الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام في الترويج لهذا النمط من التسلية لدى الشباب. ويمكن الاشارة الى حجم التغطيات الاعلامية والفضائيات الرياضية المتخصصة التي لا تكتفي ببث الحدث الرياضي بل تتابعه على مدى اربع

وعشرين ساعة من التحليل والنقاش مرورا بالحدث نفسه ووصـولا الـى الحيـاة الشخـصية والفضائح الاخلاقية للاعبين والنجوم.

وأما في مستوى آخر فإن ع.م يعتقد ان المظهر الخارجي لأي شخص هو مسألة مهمـة للغايـة لأنها تعكس جانبا اساسيا من شخصيته، ونحن نناقش هذا المستوى لكي نتعـرف علـى بعـض الابعاد الخفية لتكوين الوعي لدى الكثير الطلاب على صعيد الذوق الجمالي والبصمة الواضـحة لوسائل الاعلام في هذا الذوق، وقد اخترنا مجموعة من الاسئلة التي تدور حول لبـاس الفـرد والموضة وبعض المقاييس الجمالية الاساسية وذلك من اجل تلمس مدى ارتباط هـذه المعـايير بمجموعة من القيم التي تروج على هذا الصعيد وتتصل بالمستوى الاستهلاكي. وهنا فـإن ع.م يعتقد ان على الانسان ان يهتم بمظهره الشخصي وان يراعي الذوق العـام، وهـو يقـول انـه يستطيع ان يتعرف على الآخرين في معظم الاحيان من خلال مظهرهم الخارجي ونوع الالبـسة التي يرتدونها، وغالبا يحكم هذا المعيار في انشاء علاقاته مع الآخرين، رغم انه يستدرك قـائلا ان هذا المعيار قد يخطئ احيانا في الحكم على شخصيات الافراد ولكنه غالبا ما يشكل المفتـاح للدخول في علاقة مع هذا الفرد او ذاك. ولكنه يقرر في النهاية انه يفضل التعامل او الارتبـاط بعلاقات مع اشخاص يدل مظهرهم الخارجي على انهم عصريون او يواكبون ما يستجد من قيم ومعايير جمالية في مظهرهم الخارجي.

وهنا لا بد من المرور سريعا على دور وسائل الاعلام في الترويج للكثير من المعايير المتعلقـة بالمظهر واللباس والسلوك. وكان هذا يبدو بصورة اكثر وضوحا لـدى فئـة الطالبـات. فمـن الواضح انهن الفئة الاكثر استهدافا من قبل وسائل الاعلام وألاكثر اسـتجابة لكـل مـا يتعلـق بالسلوك الاستهلاكي المتعلق بهذه المعايير. فهن اكثر ميلا للحكم على الافراد من خلال مظهرهم الخارجي الذي يشمل اللباس او تسريحة الشعر او الحجاب او الاكسسوارات والعطور مـرورا حتى بالطعام والشراب وصولا الى اسلوب التحدث والاتكيت العام للتعامـل. وهـو مـا يحـدد (الستايل) الذي ينتمي اليه الفرد ومدى محاكاته للمعايير الرائجة.

وهنا نشير الى ان وسائل الاعلام في سعيها لخلق المجتمع الاستهلاكي تلجأ الى التنميط والقولبة لاذواق الناس وقيمهم الجمالية بما يخدم غايات المجتمع الصناعي في تشجيع استهلاك الملايـين من السلع ذات النمط الموحد والناتجة عن خط الانتاج المعياري للمصانع. وقد ناقشنا هذه النقطة بتوسع لدى حديثنا عن نظريات مدرسة فرانكفورت حول دور الاعلام في المجتمـع الـصناعي الحداثي.

وعند مناقشة المحور المتعلق بالتكوين الثقافي الاساسي للطلاب ، قمنا بطرح اسئلة تتقصى اهم المصادر المعرفية التي ساهمت بتكوين الوعي لدى الطلاب من خارج وسائل الاعلام، فطرحنا اسئلة حول مصادر مثل الكتب او المتكتبات او البيئة المحلية والاسرة او الاقارب او مؤسسات المجتمع مثل المدرسة والاحزاب ان وجدت مع علمنا ان هناك صعوبة بعزل متغير وسائل الاعلام عن كل هذه المتغيرات ورصد مستويات تاثيرها بشكل دقيق.

وفي حالة ع.م وجدنا انه لا يعتمد كثيرا على قراءة الكتب، وهو يقول معظم المواضيع التي قرأتها كانت لأغراض الدراسة الاكاديمية وتحصيل العلامات وهي مواضيع مشتتة لم يكن يقبل عليها بدافع المعرفة وإنما كوسيلة لتحقيق النجاح واجتياز الامتحانات، وأما بالنسبة لأفراد الاسرة فمن الواضح ان الجو العام لم يكن يوحي بأي اهتمام من قبلهم بالمواضيع ذات الصبغة الفكرية او السياسية، رغم انه يقول ان هناك مكتبة لوالده تضم الكثير من الكتب الدينية لكنه لم يقرأ ايا منها. هذا اضافة الى ان الاهتمام بالموضوعات الجادة لم يكن النمط السائد لأغلب المحيطين به ايام الدراسة سواء كانو مدرسين ام اقارب. وقد انتقل للدراسة الجامعية ولا يزال هذا الجو مهيمنا حيث ان زملاءه والمحيطين به لا يقيمون كبير اعتبار للموضوعات السياسية او الفكرية او الادبية او اي اتجاه جاد في المعرفة.

وهو في هذا الجانب لا يتذكر ايا كان من الشخصيات التي تركت لديه اي اثر او بصمة على الصعيد الفكري او المعرفي سواء أكان اولئك من الاقارب ام من الحزبيين او المدرسين او حتى من افراد الاسرة القريبين.

وهنا تبرز صلة الافراد بوسائل الاعلام على حساب المؤسسات والوسائل والعلاقات الأولية الاخرى للافراد . وجميعها كانت تلعب دورا اساسيا في صياغة وعي الافراد ومنظوماتهم المعرفيه، فلم تعد الاسر تمارس نفس دورها التقليدي او حتى المدارس والمؤسسات الاجتماعية على اختلافها، وهو امر يعزز من مستوى اعتمادية الافراد على وسائل الاعلام عموما. ولا نبالغ هنا في طرح حجم الدور المتنامي لوسائل الاعلام على حساب المؤسسات الاجتماعية الاخرى . فنظرة سريعة على النشاط اليومي للافراد يبين لنا حجم الاشكالية.

فـ ع.م كغيره من الشباب يمارس نشاطا يوميا يميل الى الانعزال عن افراد الاسرة، فهو يجري اتصالاته عبر هاتفه المحمول، ويتابع بعض المضامين الاعلامية مع الاسرة لكنه لا يميل الى مناقشة اي منها معهم ويفضل حضور بعض المضامين منفردا اذا سنحت الفرصة لان لديه ذوق خاص ببعض البرامج يختلف عن تفضيلات الآخرين، وهو يقضي ساعات على الكمبيوتر

المحمول في التواصل مع افراد من خارج الاسرة والبيئة المحلية. وهذه الصورة تمثل حال معظم الافراد الذين استجوبناهم في هذه الدراسة.

أما فيما يتعلق بمستوى الثقة بوسائل الاعلام فموقف ع.م يحمل الكثير من التناقض وعدم اليقين، فهو في حين لا يثق بأي منها خاصة الفضائيات الاخبارية كالجزيرة او العربية البي بي سي العربية او غيرها حيث يعتبر ان لديها اجندات سياسية خاصة ولكنه في المقاب الآخر يعتبر ان قناة مثل السي ان ان تتمتع بالمصداقية والموضوعية وهو يفضل بنفس الوقت سماع الاخبار عن الفضائيات في حين انه يبدي عدم قناعة بأي من المواقع الالكترونية الاخبارية لانها تعتمد على الكذب وبث الشائعات. وهو يعتقد ان الثورة الاعلامية عبر هذه الوسائل هي ايجابية عموما فقد وفرت فرصة للتواصل وكما هائلا في الاخبار وسرعة كبيرة في ايصالها وسهولة للوصول اليها. وهو يعتقد ان نسبة الوعي لدى الشباب قد زادت بشكل عام على كافة الصعد الانسانية وأن هذه القنوات والمواقع الالكترونية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي لا تحمل اي خطر على جيل الشباب فهي مواقع تعمل بحرية ودون اي رقابة من اي جهة كانت.

وبالطبع نحن لا نعرف كيف كون قناعته وحكمه على السي ان ان على انها استثناء عن الفضائيات، سيما وانه لا يتقن اللغة الانجليزية من جهة، ومن جهة ثانية فهو يربط المصداقية والموضوعية والحيادية المتوفرة في هذه القناة بكونها قناة تهدف الى الربح، ولا نعرف كيف ربط مسألة الربح بالموضوعية والحياد.

وعلى كل حال فمن الواضح ان ع.م لم يكون اي موقف متماسك ومنطقي حول وسائل الاعلام والمضامين التي تبثها، فهو في حين يشك بمعظم المضامين التي تقدمها هذه الوسائل وفي حين آخر يحكم على انها مفيدة وغير ضارة. ومن الواضح انه لا يملك اي قدرة لمناقشة الكثير من المضامين الاعلامية التي يتعرض لها، فهو يشك بالكثير من الاخبار السياسية التي تبثها الفضائيات لكنه يستمع اليها ويشاهدها. وهو يفضل الفضائيات لأنها تعتمد الصوت والصورة وهو ما يعتبره اكثر اقناعا من اخبار المواقع الالكترونية. والحقيقة انه يخضع لتأثير الصوت والصورة كغيره من افراد مجتمع الدراسة ولا يملك القدرة على مناقشة او تمييز الاخبار الصحيحة من الكاذبة، فالمعيار هو نفسه قوة التأثير.

وهو نفس المعيار الذي قيم على ضوئه الافلام الاكثر نجاحا وتفضيلا بالنسبة له، وهي الافلام الاجنبية التي يصنفها على انها اكثر واقعية على حد تعبيره. وهنا نلاحظ مرة أخرى اختلاط المعايير وضعف القدرة على التمييز والمنطق الواهن والمتهافت الذي يدخل في تكوين وعي الافراد بمختلف مستويات الواقع الذي يعيشونه.

وهذا ما يتضح بشكل اكثر جلاءً عند مناقشة بعض القضايا الساخنة التي ساهم الاعـلام بنقـل الصورة عنها بشكل حثيث ويومي، وهي تلك القضايا المتعلقة بالمستجدات على الساحة العربيـة والمحلية من حراكات وثورات وتغيير انظمة حكم، وهي حركات اجتماعية وسياسية تفاعل معها الشباب بشكل كبير.

وع.م يعتقد من جهة ان وسائل الاعلام (الفضائيات) بشكل خاص لم تساهم فقط بتوجيـه تلـك الاحداث ولكنه يعتقد انها خلقتها بشكل كلي في كثير من الاحيان، وهو يعتقد ان الثورات لم يكن لها اي فرصة بالنجاح لولا الفايس بوك والتويتر والفضائيات، وهو يعتقد من الجهة الأخـرى ان هذه الفضائيات لها اجندات سياسية تتبع لمصالح بعض دول الخليج والغرب. ولكنه بنفس الوقت يرى ان الثورات هي دليل وعي لدى جيل الشباب وأن هذا الوعي قد صيغ بشكل كبيـر تحـت تأثير وسائل الاعلام على اختلافها أنواعها. فيمكن لنا من جهة ان نجزم بأن الثورات لـم تكـن لتحدث لولا الفضائيات ذات الاجندات السياسية والمدعومة باموال دول الخليج. وأن نجزم مـن جهة أخرى بأن الثورات هي حصيلة ارتفاع في منسوب الوعي لدى الشباب في الوطن العربـي .ونحن هنا لا نناقش طبيعة الثورات والاحداث التي جرت على الساحة المحلية او العربية فـي العام الماضي، ولكننا نحاول القاء مزيد من الضوء على طبيعة وعي افـراد مجتمـع الدراسـة بجانب من اهم جوانب واقعهم. وهو الوعي على المستوى السياسي ، ففي حالة ع.م نجد شخصا لا يهتم بأي أفكار سياسية ولا يشارك بأي نشاط من هذا المستوى، ليس هذا فحسب بل انه ينفر من السياسة واصحابها لأنه لا يفهمها بحسب تعبيره بينما يظهر الكثير من الحمـاس للثـورات ويعتبرها عنوانا لوعي الشباب وتمكنهم من امتلاك ناصية التغيير.

وهو من ناحية أخرى يعتبر ان وسائل الاعلام تفرط في الهاء الناس وتخديرهم عبر تركيزهـا الكبير على بث المضامين غير الجادة من رياضة وموسيقى وغناء ودراما، اذ يعتبـر ان هـذا الاهتمام الكبير بالرياضة من قبل الشباب هو مظهر من المظاهر الهدامة التي تـصرف اهتمـام الشباب في اتجاهات غير مفيدة، كما ينطبق ذلك على مضامين الدراما التي تبثهـا الفـضائيات بصورة مكثفة وتعمل على الهاء الفتيات خاصة وعزلهن عن الواقع والتلاعب بعقولهن.

في استعراضنا لهذه المقابلة من منطلقات تحليلية، حاولنا تركيز الضوء على بعـض المفاصـل الحساسة التي تدخل في تكوين قناعات وافكار افراد مجتمـع البحـث وهـي نفـس العناصـر والمتغيرات التي تدخل في تكوين وعي الشباب بقضاياهم واهتماماتهم سواء منها ذات الـصبغة الجادة او تلك القضايا التي تنضوي تحت مسميات التسلية والترفيه وقضاء الوقت، وقد حاولنـا التعرف على اهم معالمها من خلال طرح محاور واسئلة تتعلق بطبيعة التعرض لوسائل الاعلام

بداية ، وطبيعة المضامين الاعلامية التي تستقطب اهتمام الشباب، وقابلناها بأنماط الوعي لـدى الشباب على المستويات الجادة او المستويات الترفيهية وهي مسألة ضرورية للكشف عن العلاقة بين ما تمارسه وسائل الاعلام من تنميط على مستوى القيم السلوكية والفكرية، ولم نتجاوز عـن سبر طبيعة المكونات الثقافية الاخرى الداخلة في تشكيل الوعي لدى الافراد بغـرض التعـرف على حجم تأثير وسائل الاعلام ومدى اعتماد الافراد عليها بتكوين الكثير من قناعاتهم وافكارهم ولهذا الغرض فقد ناقشنا الكثير من الافكار والاحداث السياسية مع افراد مجتمع الدراسة للوقوف على مدى تماسك قناعاتهم على هذه المستويات ومدى تأثير وسائل الاعلام فـي صـياغة هـذه القناعات والافكار.

المقابلة الثانية

أ.م هي طالبة في السنة الأولى تسكن احدى القرى، وتدرس في قسم علم الاجتماع فـي جامعـة اليرموك .

في المحور الأول الذي نناقش فيه حجم وطبيعة التعرض لوسائل الاعلام، تقول أ.م انها تقـضي بشكل يومي ومنتظم ما يزيد عن ست ساعات على الفضائيات واكثر من ساعتين على الانترنت، كما تتابع بعض الاذاعات. أ.م تضيف انها تتابع الفضائيات غالبا بحضور مختلف افراد اسـرتها ولكنها تفضل احيانا متابعة بعض البرامج الدرامية لأن افراد اسرتها مختلفـو الامزجـة، وهـم يتابعون الكثير من البرامج المنوعة، التي قد لا تروق لها. وأما بالنسبة لاستخدامها الانترنت فهو في الغالب لأغراض التسلية والترفية والتواصل اضافة الى انه يشكل بالنسبة لها مصدرا للمـواد التي تحتاجها لاغراض الدراسة في بعض الاحيان وهي تثق بالانترنت على هذا المستوى لأنـه اسهل ويوفر الوقت والجهد اذا ما قورن بالمكتبات والمصادر الاخرى. واما التـسلية والترفيـه فهي تقول أنها تلبي اكثر من 80 بالمائة من حاجاتها في التواصل عبر الانترنـت، ويبقـى 20 بالمائة من وقت فراغها تقضيها في التواصل والزيارات للاقارب والمعارف.

وهنا نتوقف عند شكل التواصل الاجتماعي الجديد الذي فرضه الانترنت مقابل الاشكال التقليدية للتواصل والعلاقات الاجتماعية التي كان يغلب عليها التواصل الوجاهي، و أ.م لا تعبر عن حالة متطرفة عندما تقول أنها تتواصل مع الآخرين بنسبة 80 بالمائة من وقت فراغها عبر الانترنت، فقد تراجعت انماط التواصل الاجتماعي التقليدية كالتواصل الوجاهي او التواصل عبر النصوص المكتوبة مثلا لدى نسبة كبيرة من الشباب ليحل محله التواصل الرقمي، وهو امر يحمل الكثيـر

من التداعيات والآثار على كل انماطنا التقليدية في العلاقات الاجتماعية التي كانت مبنيـة فـي الاساس على شكل مختلف من شبكات العلاقات والنظم الاجتماعية.

وهي تضيف انها لا تتخيل حياتها بدون وسائل الاعلام الحديثة من فضائيات وانترنت لأن هـذه الوسائل دخلت كجزء من حياتها وروتينها اليومي. واصبحت تشبه الحاجات الاساسـية التـي لا تستقيم بدونها حياة اي انسان.

وهنا نشير الى طبيعة التحول في حاجات الانسان وقدرة المجتمع الصناعي الحديث على خلـق حاجات جديدة لدى الافراد، هي بكل المقاييس لم تكن ضمن قائمة الحاجات الاساسـية بالنـسبة للانسان سابقا . وقد سبق ان توسعنا في بعض نظريات مدرسة فرانكفورت التي تنـاقش هـذه القضية فرانكفورت.

أ.م تعتبر ان الفضائيات ووسائل الاعلام عموما لا تأخذ من وقتها المخصص للعمل او الدراسـة او الانشطة الأخرى. لأنها تقرأ في ايام الامتحانات فقط. وهي من جهة ثانية تبدي الكثيـر مـن الثقة بوسائل الاعلام كوسيلة مأمونة للمعرفة او التسلية فهي بالنسبة لها تنقل الاحداث الـسياسية الى بيوتنا باسرع ما يمكن وبكل دقة وموضوعية في أغلب الأوقات وهي لا تـشكك بـصدقية وحياد الكثير من القنوات قائلة ان من غير المعقول ان تخسر القناة مشاهديها لصالح اي غرض سياسي من قبل أو الدولة الجهة التي تمولها وترعاها.

من الواضح ان أ.م تمثل حالة شائعة ومتكررة بين الطلاب الذي تم استقراء آرائهـم وأفكـارهم حول دور وسائل الاعلام، فهم بالاساس يميلون الى الثقة العمياء بالمضامين التي تقدم لهم عبـر وسائل الاعلام، وفي كثير من الحالات لا يمتلكون اي شكل من الوعي لمناقشة ومعايرة ما ينقل لهم وحجم الموضوعية والدقة فيه ليس على صعيد الاخبار السياسية فحسب، بـل حتـى علـى صعيد الدراما فالكثيرين ممن استقرأنا آراءهم لا يميزون الخطوط الفاصلة بين الاحداث الدرامية التي يتابعونها في مسلسل او فيلم وبين الواقع الحقيقي، وهذا يبرز من الانطباعات والصور التي كونتها المسلسلات التركية مثلا في اذهان الكثيرين. فهم يعتقدون ان الحياة في تركيا ربما تـشبه الى حد بعيد احداث المسلسلات الغرامية التي يتابعونها، وهنا يبرز دور الاعلام في قلب الحقائق وخلطها في اذهان العامة لاغراض متعددة تغلب عليها الملامح الاستهلاكية المرتبطة بالتجارة او الاستثمار في غالب الأحيان، وهنا نذكر ان شيوع المسلسلات التركية في منطقتنا العربية زادت بشكل كبير من الحركة السياحية باتجاه تركيا وهو امر تداولته الكثير من المقالات التي نـشرت في الصحف.

وأما في محور المضامين الاعلامية، فإن أ.م تقول انها لا تهتم بالمضامين السياسية او الفكرية ذات الطابع الجاد ،فهي تنفر من نشرات الاخبار وهي كذلك تفضل عدم تقرير او تحليل او مقال أو حتى متابعة اي لقاء او حوار فكري او سياسي عموما، وهي تعتبر ان متابعتها لبعض البرامج الوثائقية عن عالم الطبيعة تكفي لاشباع حاجاتها المعرفية في الجانب المعرفي الجاد.

وهي كما تقول لا تكن كرها كبيرا للمضامين الرياضية لكنها ليست من المغرمين بها، وأما اخبار نجوم الدراما والتمثيل والسينما فهي من الموضوعات التي تشدها وبالأخص تلك الاخبار التي تتناول فضائح نجوم التلفزيون من ممثلين ومطربين وحتى مذيعات ومذيعين .وهي تهتم لاخبارهم الشخصية وخلافاتهم مع بعضهم البعض وتنافس المطربات الذي ينجم عنه الكثير من الفضائح و(الردح). وهي تقول انها لا تحتاج لكي تبحث عن هذه المواضيع فهي متوفرة على الكثير من الفضائيات والمواقع الالكترونية.

ويجب ان نتوقف هنا عند مسألة هامة وهي شعورها بعدم حاجتها للبحث وتوفر هذه المادة بكثرة على وسائل الاعلام. والحقيقة ان حالة أ.م تمثل حالة شائعة ومتكررة لدى الكثير من افراد مجتمع دراستنا. فبحكم العادة كما يقول معظمهم فإنهم يرتادون مواقع محددة ويشاهدون قنوات بحد ذاتها. وهذه المواقع والفضائيات هي الاكثر استقطابا لهؤلاء وتشكل لهم قاسما مشتركا. فهم يتبادلون اخبارها واسماءها عبر مواقع التواصل او حتى عبر الموبايل، فنجد احدهم أو احداهن تقول لصديقتها. افتحي على موقع كذا او قناة كذا وشاهدي هذا الفنان او ذاك او من خلال التعليق على خبر عن فنان او نجم رياضي في غرف المحادثة وبالتدريج فإن شرائح كبيرة من هؤلاء تتجه بشكل شبه آلي ومبرمج لقنوات ومواقع ذات سمة معينة. وكل ذلك يخلق عالما مشتركا من الاهتمامات وانماط الوعي لدى هذه الشرائح الواسعة. وعندما تسأل احدهم لماذا هو منشغل بالرياضة مثلا الى هذا الحد بأخبار النجوم وفضائحهم وحياتهم الشخصية. فيقول لك بتلقائية هذا هو الجو العام للشباب أو للبنات. او هذه الفكرة هي فكرة تحضى بقبول كل الناس. من هنا تحديدا يأتي ذلك الشعور الخادع لدى معظم هؤلاء أن الفضائيات والمواقع انما تنقل الواقع كما هو ولو كان هناك حقائق اخرى لرأيناها. وهم يقولون أنهم لا يبحثون عن هذه المضامين ولكنها هي النمط السائد الذي يشكل الحالة الموجودة والطبيعية والواقع كما هو. فأينما يذهبون يجدون هذا الواقع يفرض نفسه على وعيهم وإدراكهم. وهم لا يدركون ان الواقع شئ آخر قد يكون مختلفا عن ما يحيط بهم. وأن عالمهم قد تم تشكيله والتلاعب به. وهذا ما يحيلنا الى الواقع الافتراضي المفرط الذي تحدث عنه بودريارد.

نعود إلى أ.م فهي انها لا تهتم كثيرا بأخبار الأردن عبر التلفزيون الاردنـي، وأنهـا إن كانـت مضطرة لسماع الاخبار فهي تفضل سماع قنوات مثل الجزيرة والعربيـة لأن اخبارهـا فيهـا (آكشن) - على حد قولها، فهي اخبار مثيرة فيها الصورة والصوت والحـدث قـوي ومـؤثر. وليست اخبار خالية من الاثارة كالاخبار التي تنقلها بعض التلفزيونات.

وهنا نتوقف ولو بشكل سريع على صناعة الخبر او صناعة الحدث الذي تمارسه الكثيـر مـن الفضائيات من خلال استعانتها بأحدث التقنيات في مجال الصورة والصوت والمؤثرات. فلم يعد هناك قيمة للحدث نفسه، لصدقيته او موضوعيته او حياديته. القيمة معقودة على كم الاثارة الذي من الممكن ان يتوفر فيه. الناس يشاهدون الاخبار والاحداث ويبحثون عن الاثـارة الـسينمائية وليس عن الصدق والموضوعية.

أ.م ليست مهتمة بالانماط الجادة من السياسة والفكر والفلسفة او التاريخ. كل ذلك لا يعنيها بشئ وهي بنفس الوقت لا تشعر ان شيئا ـ ما ذو قيمة ـ من المعرفة ينقصها، أو ان شـيئا يفوتهـا. وهي تصنف نفسها ضمن المثقفين نوعا ما، فهي كما تقول تتابع بعض البرامج الوثائقية وبعض مسابقات الشعر النبطي مثل برنامج (شاعر المليون) وهي مغرمة كثيرا بالافلام الهندية، وهي تعتبر كل ذلك من الانماط الثقافية المحترمة التي توسع مدارك الانسان وتثري معلوماته وتوسع آفاق وعيه.

وأما بالنسبة لمتغير انماط الوعي الذي حاولنا تتبع خيوطه لدى أ.م . فعلى المـستوى الفكـري والعقائدي هي تعتقد ان الاسلام يشكل حلا لكل مشاكلنا وعلى كافة المستويات، رغم انها تقـول انها بدأت تفقد الثقة ببعض بالشيوخ ورجال الدين. وعلى كل حال فرجال الدين المقصودون هنا ليسوا كبار المفكرين الاسلاميين. إنما هم نجوم الفضائيات من الشيوخ. عمـر خالـد او محمـد حسان، او محمد نوح أو غيره. وهي تضيف على هذا الصعيد انها تقف مع الحرية والديمقراطية وأنها تفضل العيش في دولة علمانية وليس دولة دينية كالمملكة السعودية مثلا، ولكنها تـستدرك فتقول انها مع الدين كمبدأ تقوم عليه الدولة.

وأما لدى سؤالنا عن رأيها بالاتجاهات السياسية الأخرى فقد قالت انها لا تميل مع اي طرح بحد ذاته، وكان من الواضح ان معرفتها بهذه الاتجاهات الفكرية والسياسية مـسطحة للغايـة لدرجـة تطلبت منا التوضيح في كل مرة، ما هو علماني وما هو يساري، وما هو حر وليبرالـي .. الـخ.

وبالطبع فـ أ.م والكثيرين غيرها ممن استفتينا آرائهم ليس لديهم اي وعي حقيقـي علـى هـذا المستوى وهم يرددون بعض ما سمعوه من شعارات هنا وهناك وأما رؤيتهم علـى المـستوى السياسي فهي مشوشة ومضطربة ومترددة ويعوزها العمق والتماسك. وأ.م تمثل الحالة الأكثـر

شيوعا فهي من جهة لا تهتم بالشأن السياسي وتعتبره من اختصاص غيرها. ومن جهة ثانية هي تتحمس لبعض الشعارات التي من المرجح انها سمعتها هنا او هناك خاصة على بعض وسـائل الاعلام ولم تبذل اي مجهود للتعمق بها او فهمها.

هذا يشير الى حالة الاغتراب الذي يعيشه جيل الشباب عموما، فالكثيرون لا يعتبرون ان الـشأن السياسي هو جزء محوري من صميم شأنهم اليومي والمعاش. هم لا يمتلكون مثل هذا الـرابط. وهذا ما يمثل شكلا من اشكال الاغتراب عن الواقع ببعده الأهم ـ بعده السياسي ــ. وهذا الشكل من الاغتراب هو تحديدا ما توسع بشرحه مفكرو مدرسة فرانكفورت وآخـرين مـن المدرسـة الماركسية، وعلى كل حال فهذه الحالة هي نتاج لصناعة الثقافة التي يتولى الاعلام جزءا كبيـرا من مهامها، او هي ما يسميها تشومسكي، هندسة قيادة القطيع التي تتضمن تشتيت هذا القطيـع وصرف انتباهه الى شئون هامشية أخرى، مثل الانشغالات والاهتمامات الاستهلاكية، ونحن هنا لا نتحدث عن تجريد نظري ليس له علاقة بالواقع. فكثيرون مـن متتبعـي الرياضـة والفـن الاستهلاكي هم مستغرقون حتى آذانهم في هذا الشكل من الانشغالات والاهتمامات.

وأما الاهتمام بالادب والشعر والمسرح والرواية وكلها من الاهتمامات التـي نعتبرهـا جـادة ، فتقول انها لا تبحث عن مثل هذه المواضيع (النكدة) وهي تقول انها تقرأ اي روايـة او قـصة (جميلة) إن توفرت على حد قولها، ولدى استفسارنا كيف تكون الرواية جميلـة او غيـر ذلـك بنظرها ، تبين الروايات الجميلة هي تلك التي تحاكي المسلسلات التركية التي تتابعها على بعض القنوات. فهي تتحدث عن الحب او كيف يضحي الحبيب من اجل حبيبته وهلم جـرا. وبـالطبع فهي تقول انها الآن لم تعد تبحث كثيرا عن مثل هذه الروايات بسبب توفر المسلسلات التركيـة والافلام الهندية على الفضائيات بكثرة.

ولدى انتقالنا الى المحور الآخر للوعي، وعلاقته بما يعرض تحت مسميات التـسلية والترفيـه، وجدنا أن حالة أ.م لا تبتعد كثيرا عما توقعناه وما افترضنا وجوده مسبقا لدى الشريحة الأوسـع من مجتمع البحث، وهو ذلك الاهتمام الذي يصل درجة الانغماس في هذا الـنمط او ذاك مـن انماط التسلية تلك. فـ أ.م تتابع بشغف الكثير من نجوم الـدراما والغنـاء وبـالأخص نجـوم الكوميديا، وهي لا تكتفي بمشاهدة افلامهم ومسلسلاتهم وحفلاتهم وإنما هي تطارد كـل شـاردة وواردة حول حياتهم الشخصية. وهي تقول ان اولئك لا يشكلون لها نموذجا مثاليا يحتـذى فـي حياتها، هي تحبهم فقط. ولكنها تجد في بعض نجوم الشاشة من الشيوخ نموذجا يستحق الاحترام، مثل محمد نوح، والعوضي والقرني.. الخ. وكانت قد قالت في مفصل سابق انهـا بـدأت تفقـد احترامها للكثيرين منهم. وعلى كل حال فما كنت ابحث عنه لدى طرحي مثل هذه الاسئلة حول

النماذج او المثل العليا من الشخصيات العامة بالنسبة للمبحوثين هي تسليط مزيد من الضوء على تلك الصلة بين وسائل الاعلام وما تطرحه عموما من نماذج اجتماعية للأفراد من جهة ، ومدى استجابتهم لهذه النماذج على صعيد الوعي من الجهة الأخرى، وما هي طبيعـة العلاقـة بـين الجمهور وأبطاله ومثله ونماذجه. وبالطبع فما كنت افترضه من وجود مثل هذه العلاقـة بـين النماذج والابطال ودور وسائل الاعلام في تسويقهم، وبين انماط الادراكية التي يكونهـا النـاس على مختلف مستويات وعيهم. السياسي والفكري والاجتماعي العام.

أبطال الرياضة يعيشون معنا في بيوتنا وأبطال الدراما يسكنون ضمائرنا ومشاعرنا وحتى نجوم الفضائيات من شيوخ الدين هم الذين يشكلون وعينا على المستوى الثقـافي والتـاريخي. نحـن محاصرون بالنجوم، نجوم الاعلام.

وفي نفس السياق انا كنت اوجه الكثير من الاسئلة على مستوى اعتبره مـن اكثـر المـستويات دلالة، وهو المستوى الاستهلاكي المادي. وما كنت اتحراه من وراء هذه الاسئلة هي تلك الصلة بين الوعي الذي يلعب الاعلام فيه الدور الرئيسي وبين المستوى السلوكي للفرد وأبرز وجه لـه نمط الاستهلاك المادي على صعيد اللبس والموضة والمظهر العام. وكما كنـت افتـرض فـإن الصلة قوية وواضحة بين المتغيرين. فـ أ.م مثلا تعتبر ان لباس الانسان يعكس جزءا كبيرا من شخصيته، بل لا ابالغ إذا قلت ان من بين من استفتيتهم حول هذه القضية من يعتقدون انه يمكن اختزال شخصية الانسان كلها في مظهره العام، في ماركة القميص او قـصة الـشعر او نـوع الحذاء الذي ينتعله في قدميه. وأ.م ليست نموذجا متطرفا في هذه القضية ولكنها تعتقد ان اللباس ونمطه ومدى محاكاته للعصر(الموضة) هو مفتاح اساسي يحدد اجابة كافية بالنسبة لهـا حـول السؤال :هل من الممكن عقد صداقة او علاقة مع هذا الشخص او ذاك؟. اللباس يجيب على جزء مهم من هذا السؤال ولذلك فهي تفضل التعامل مع اشخاص (عصريين). وعصريين هنا ليس لها علاقة بافكارهم أو اعتقاداتهم او شخصياتهم وإنما، مظهرهم عصري. وأما الباقي فسوف تتكفل به العلاقة وطبيعتها لاحقا. فيمكن لنا ان نكتشف مثلا ان هذا الشخص خدعنا بمظهره العصري بينما يتبين لاحقا انه لديه الكثير من الافكار النكده كالاهتمام بالسياسة او بالفلسفة او حتى مهـتم بدراسته الاكاديمية الى درجة كبيرة. وهو ما يطلق عليه الكثير من المصطلحات مثـل (نيـرد) وهو مصطلح يشيع في كثيرا في الافلام ويوصف به الشخص المهتم او المهووس بالدراسـة او بموضوع اكاديمي معين. وتضيف أ.م اننا مجتمع متطور ويجـب لـذاك ان نهـتم بالموضـة والتطور. وهي تعتبر الموضة ونمط اللباس إنما هي علامة لا يمكن للمـرء أن يخطأهـا فـي الاستدلال على مدى التطور والتقدم.

وأما بالنسبة لمحور المكونات الثقافية الأخرى بالنسبة لافراد مجتمع البحث فقد سبق وأن تحدثنا على اننا قمنا بتخصيص هذا المحور لاستطلاع بعض مكونات الوعي لدى الأفراد مـن خـارج مستوى وسائل الاعلام، وقد ركزت اسئلة هذا المحور على قراءة الكتب وعلى المحيط الاسري والاجتماعي ومجتمع المدرسة و المؤسسات الاجتماعية والسياسية المحلية سواء منها التقليدية ام المرتبطة بتكون الدولة من احزاب ونقابات الخ.

ومنذ البداية نحن كنا نميل الى الفرضية القائلة بأن كل هذه المكونات الثقافيـة هـي بـلا شـك مارست مقدارا من التأثير على الافراد فيما يتعلق بتكوين انماط الوعي لديهم، لكن لـم نتفاجـأ عندما وجدنا في معظم الحالات ان هذه المكونات من مؤسسات تقليدية وحديثة ربما فقدت جزءا كبيرا من دورها لصالح مؤسسات الاعلام الحديثة ومؤسساتها العملاقة. وكنا نعرف منذ البدايـة ان عزل اثر وسائل الاعلام كمتغير مستقل هو عملية صعبة بل قد تكون مـستحيلة سـيما وأن وسائل الاعلام على اختلاف اشكالها مارست أثرا معقدا ومتداخلا مع بقية مصادر ومؤسـسات المعرفة الاجتماعية بشكل عام. ولكننا حاولنا تسليط مزيد من الضوء على مدى فعالية ونـشاط هذه المؤسسات ومدى استجابة الافراد لها في تحديد توجهاتهم وانماط وعيهم بشكل عام.

وفي حالة أ.م يبدو ذلك بشكل جلي. فهي اولا تقول انها لا تكاد تقرأ اي كتاب او بحث او حتـى مقالة في اي مجال من المجالات التي حددنا على انها مجالات حيوية وجادة كالمجال الـسياسي او الفكري العام. هي كما أفادت بالكاد تقرأ قصاصات من الأدعية الدينية وهي تنفـر مـن اي موضوع يتطلب جهدا فكريا حقيقيا وهي قبل ذلك وبعده لا تشعر ان ذلك ممـا يتوجـب علـى الانسان فعله لأي غرض ما. وبالنسبة لمحيطها الاجتماعي فهي تقول ان المواضـيع الـسياسية والفكرية بالكاد تطرح في نقاشات الاسرة او حواراتها المحدودة اساسا، فالجميع يتحلقون حـول هذه الفضائية او تلك يتابعون مسلسلا او فيلما او حتى نشرة اخبار بدون الكثير من التحلـيلات والنقاشات وإن وجد احد الافراد ان المضمون الاعلامي الذي وجده على الفضائية لا يروق لـه او ليس من ضمن اهتمامه فالحل سهل. هو ينسحب الى غرفته ويتابع شيئا مختلفا على الانترنت أو يقوم بأي نشاط آخر. هي تقول ان بعض اخوالها هم من رجال الدعوة وان الكثير من الافكار التي يطرحونها لا تروق لها كثيرا. هذا ان صدف ان تواجدوا مع الاسرة. وهنا كنا نسأل عـن افراد معينين من المحيط الاجتماعي في محاولة للبحث عن اي فرد من الممكن انه شكل مثالا او قدوة ، وغالبا ما كان يأتينا الجواب بالنفي، فالمحيط الاجتماعي لم يعد يقدم لنا ابطالنـا ونمـاذج اجتماعية تشكل قدوة لنا، وهذا امر في غاية الحساسية والاهمية، فالمحيط الاجتماعي طالما قـدم لنا المثال والنموذج، هذا يبدوا بوضوح على الاقل لدى المجتمعات التقليدية. وأمـا اليـوم فـإن

ابطالنا هم غالبا من نجوم الاعلام، انهم ابطال رياضيون ومغنون ومغنيات ومذيعون ومـذيعات ونجوم مسابقات جمال ونجوم دراما وسينما وغيرها.

الموضوعات السياسية والفكرية لم تكن من ضمن قائمة اهتمام محيطها في المدرسة ايضا، فـلا المدرسين ولا الطلاب كانوا يبدون اي اهتمام بها، إنما كانوا مشدودين كما هم اليوم في الجامعة الى الرياضة والغناء والدراما. وموضوعاتهم تدور حول هذه المواضيع. أ.م ربما تحترم امهـا بشكل خاص ولكنها لا تشكل لها نموذجا، هي تعتبرها ديمقراطية بشكل اكثر من ابيها الذي يبدو في كثير من الاحيان غير متفهم لمتطلبات العصر وحرياته. و..أ.م لا تملك اي صلة بآخرين في محيطها الاجتماعي الأوسع، قادة رأي محليين قادة حزبيين مثلا شخصيات عامة قريبة لها. هي حتى تستهجن مثل هذا السؤال حول هؤلاء. وهل لهم وجود حقا في اي مجتمع من المجتمعات. هي تقول عائلتنا ملتزمة وليس لنا مثل هذه العلاقات.

وأما في محور الثقة بوسائل الاعلام فقد حاولنا القاء مزيد من الـضوء علـى مجموعـة مـن العناصر المهمة التي تدخل في معادلة تأثير وسائل الاعلام. من اهم هذه العناصر بـدا لنـا ان عنصر الثقة بوسائل الاعلام هو عنصر مهم ومحوري في تقدير حجم تاثيرهـا. ولـذلك فقـد تمحورت اسئلتنا حول حجم الثقة التي استطاعت وسائل الاعلام ان تقنع بها الافـراد. فـالافراد يجب ان يثقوا اولا بهذه الفضائية او تلك وهذا الموقع او ذاك او حتى هذه الوسيلة او تلك حتـى يبلغ التأثير مداه وتتحقق الغاية التي افترضنا انها تقف وراء الاعلام عمومـا. انهـا باختـصار التحكم بالقطيع بحسب تعبير تشومسكي، او هي نفسها تزييـف الـوعي بحـسب فرانكفـورت والماركسيين. وهي نفسها صناعة الرضى وصناعة الثقافة والواقع الافتراضي الذي تسلل ليحل محل الحقيقة الواقعية الموجودة فعلا. كلها بحسب مفكري ما بعد الحداثة وغيرهم. المهم كنا نجد دائما ان وسائل الاعلام قد حققت جزءا كبيرا من اهدافها. في حالة أ.م وغيرها، كنا نجـد هـذه الحقيقة ماثلة للعيان. وأ.م تثق بوسائل الاعلام ثقة شبه عمياء فهي تقول انا اثق بها بنـسبة 95 بالمائة واحيانا تقول انا لا اثق ببعض الاخبار التي تبثها بعض القنوات، خاصة الاخبار السياسية لكنها بوجه عام لم تناقش مدى صدقية وسائل الاعلام. فهي من حيث المبدأ تنقل الواقع كما هـو بقدر الامكان. حتى الدراما والمسلسلات وحتى الافلام الهندية. انها تنقل الواقع. وأ.م لديها قناعة اننا اصبحنا نعيش في زمن اكتسبت فيه وسائل الاعلام جزءا كبيرا من الحرية بـسبب التطـور الذي احرزته البشرية عموما في مجال التواصل والتكنلوجيا. وسائل الاعلام اصبحت اكثر حرية وهي تنقل ما تشاء وقتما تشاء. هذا هو الفارق بين الأمس واليوم. لم يخطر على بال أ.م في يوم من الأيام ان هناك مؤسسات اعلامية هي اشبه بالامبراطوريات تكـرس مليـارات الـدولارات

لأجندات سياسية واقتصادية وثقافية. او ان هناك مؤسسات اقتصادية تتخذ من الاعـلام وسـيلة لاشباع نهمها في الربح وهي على استعداد للتضحية بكل القيم والاعراف والبنـى الاجتماعيـة والارث الثقافي لأجل تحقيق مزيد من الارباح. أ.م لا تسئ الضن كثيرا بوسائل الاعـلام فهـي بالنسبة لها مؤسسات تشبه المؤسسات الخيرية. فهي تعتقد ان مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر هي مواقع اسسها بعضهم لكي يتواصل الناس ويتسلون بعضهم مـع بعـض . لـم يخطر ببالها يوما ان تكون اكثر تحفظا مثلا اثناء تواصلها عبر هذه المواقع .. فهـي تعتبرهـا مأمونة للغاية .. هي كغيرها من الشباب والصبايا ينشرون خصوصياتهم على هذه المواقع بدون تحفظ في كثير من الاحيان، لانها مواقع مشاركة في الاساس. والناس تتشارك بآرائها ووجهات نظرها بحرية.

اريد ان الفت الانتباه الى انني هنا لست بصدد مهاجمة او الدفاع عن هذا الموقع او ذاك او عـن هذه الفضائية او تلك. ولكن لفت انتباهي في كثير مما قرأت ان هذه المواقع التي تغولت حتـى باتت تشبه الامبراطوريات الاعلامية، رفعت عليها الكثير من القضايا لانتهاك الخصوصية. بـل ان موقع البحث غوغول كان مثار مشكلة كبرى بين الولايات المتحدة والصين لأن الصين تتهمه بأنه يفرض شكلا معينا من المعرفة ويقدم شكلا معينا من المضامين التي تعتبرها غير محايـدة وانتقائية. والحقيقة ان هناك مشكلات مماثلة طرحت حول مواقع بحث عملاقة قامت ببيع بعض قواعد معلوماتها لجهات استخبارية في الولايات المتحدة. والحقيقة ان هذه الموضوعات طويلـة ومعقدة وتحتاج الى بحوث مفصلة وكبيرة. ولكن ما يهمني هنا ان مثل هذه الامور لا تشغل بال مستخدمي هذه المواقع من افراد مجتمع البحث الذين استفتيناهم حول هذه الامور. فالكثير ابـدى استغرابه وشكه حول امكانية ان تستفيد جهة ما من الثرثرة التي ينشرها على هذه المواقع. وهل من الممكن مراقبتها او تصنيف مرتاديها. وكانت اسئلتنا في موضوع الثقة تـدور حـول هـذه المواضيع وقد وجدنا ما توقعناه وما افترضناه منذ البداية. ان الفكرة الشائعة عن هـذه المواقـع انها مواقع للتواصل الاجتماعي فقط هي نتاج طبيعي لمستوى التطور التقني وهي تعمـل علـى زيادة نسبة مشاركة الناس وتواصلهم . ولا تتعدى المسألة هذا الحد.

لا بد من الاشارة هنا الى ان اثارة هذه الموضوعات بهذه الطريقة امام الطلاب اثار لدى بعضهم شيئا من الشكوك ، وقد بدى هذا واضحا في تحول هؤلاء عن بعض آرائهم. مع اننـا مارسـنا اقصى درجات الحذر والحياد في محاولتنا للتوصل الى آرائهـم الحقيقيـة ومـواقفهم الـسابقة. والحقيقة ان البعض كان يركز منذ البداية على ما اسموه سلبيات وسائل الاعلام. لكـن وعـيهم بمجمل القضية بقي تقليديا وقاصرا عن تلمس ابعادها الحقيقية. فهم يفكرون في الـسلبيات مـن

زاوية ان من الطبيعي ان يكون لكل شئ سلبيات، فالسيارة تساعدنا في الانتقال من مكـان الـى آخر ولها بعض السلبيات والمشاكل الجانبية، هذه مسألة طبيعية.

وأما في المحور الأخير الذي تناول بعض انماط الوعي لدى الشباب فقد حاولنا من خلال اسئلتنا وحوارنا معهم تلمس بعض اشكال الوعي لديهم ضمن اتجاهيين رئيسيين الاول متعلق بمـستوى وعي الشباب بتأثيرات المضامين التي تقدم تحت مسمى التسلية والترفيه وألثاني الذي ناقشناه في محورنا الأخير هو متعلق بوعيهم بالمضامين الجادة وأثرها.

وقد حاولنا في هذا المحور طرح مجموعة من الأسئلة التي تتناول مجموعة من القضايا الساخنة والمعاشة في ايامنا هذه سواء الاحداث ذات الصبغة السياسية او الفكريـة والعقديـة وغيرهـا. وبالنسبة لـ أ.م فهي لا تعتقد ان مستوى الوعي بالمستويات الفكرية والسياسية لدى الشباب فـي ايامنا هذه يبشر بالكثير، فهي تعتقد ان العكس ربما يكون اكثر انطباقا على واقع الـشباب فهـم اكثر اهتماما بالاستهلاك والموضة كما تقول ..وهم غير جديون بالمطلق. وهي بـنفس الوقـت تعتبر ان الثورات التي شهدها العالم العربي في العام الماضي هي تعبير عن انتفاضة في وجـه الظلم لكنها انتفاضة لا تعبر عن وعي بسبب سيل الدماء الذي سال. وتضيف ان وسائل الاعلام لم يكن لها دور سوى انها عرضت هذا الواقع فقط بكل حياد. وهي للمفارقة ترى ايضا وبـنفس الوقت ان اهتمام الشباب بالرياضة الى هذا الحد هو ربما يشكل ظاهرة ولكنه غير ضار علـى الاطلاق فالشباب يقضون اوقات فراغهم. كما ترى ان اهتمام الفتيات بالدراما والمسلسلات هـو زائد عن الحد لكنه ايضا لا يشكل مشكلة حقيقية فهو تسلية وقضاء للوقت. وأن المضامين التـي تحملها هذه المسلسلات يختلف تأثيرها من شخص الى آخر ولكنها عموما للتسلية وهـي غيـر ضارة، وهي تعتبر بعض المسلسلات تحمل بعض المضامين الجادة خاصة المسلسلات السورية، لكنها لا تبدو من عشاقها. فهي تفضل المسلسلات التركية والآن تحولت الـى متابعـة الافـلام الهندية.

يبقى ان نقول ان أ.م هي حالة شائعة ومكررة ونحن مرة أخرى امام حالة تبرز لـديها سـمات واضحة من التشتت والتناقض، وهي تشكل نموذجا لما افترضنا وجوده في الاساس حول الشباب عموما ومجتمع البحث بوجه خاص، وهو تلك المسألة المتعلقة بعدم وجود اي شكل من اشـكال الوعي المتماسك حول الكثير من القضايا سواء ما كان منها يصنف ضمن القضايا والاهتمامات الجادة او حتى تلك المتعلقة بالتسلية والترفيه.

الفصل الثالث

التحليل العام للمحور الاول والثاني

1- مقدمة عامة
2- تحليل خصائص عينات الدراسة
3- المعيار الاحصائي للمتوسط الحسابي
4- المحور الاول
5- المحور الثاني

1- مقدمة عامة :

في الفصول اللاحقة سوف نعمد الى دمج النتائج الكمية والكيفية التي حصلنا عليها من الاستبيان ومن المقابلات والحلقات النقاشية التي اجريناها، وتحليلها من خلال مقابلتها ومقارنتها والوقوف عند الخلاصات والحقائق التي وصلت اليها، متخذين من الاطار النظري الذي اعتمدناه دليلا ومرشدا لشرح وتوضيح وتحليل هذه النتائج.

والحقيقة ان المواضيع والمحاور والاسئلة التي طرحناها في الاستبيان هي نفسها التي استقصيناها في المقابلات سواء منها الفردية او الجماعية، وقد قلنا في غير موقع من هذا البحث ان هدفنا من وراء ذلك تركز حول قراءة متعمقة لموضوع الدراسة تأخذ بالاعتبار مزيدا من المعلومات التفصيلية الكيفية التي لم نكن واثقين من ان الاستبيان بمنهجيته البحثية العامة يستطيع تحريها والوقوف عندها، وذلك بسبب الكثير من الخصائص المنهجية التي تميز طريقة جمع الداتا بواسطة الاستبيان والتي توسعنا في توضيحها في الفصول السابقة. ولذلك فقد آثرنا ان نعززه باسلوب المقابلات والملاحظة المباشرة خاصة في المفاصل التي تحتاج الى مزيد من التعمق في تمييز وفك شيفرة العلاقة بين بعض المتغيرات ذات الطبيعة النوعية، أما النتائج والنسب الكمية والكيفية التي حصلنا عليها بعد التحليل الاحصائي للاستبيان فإنها ستفيدنا في عمليات الاستدلال العام حيث ستعطي مؤشرا اساسيا لهذا الاتجاه او ذاك او انها ستقرر وجود بعض العلاقات من عدم وجودها وهذا ما يشكل خارطة طريق يمكن الاعتماد عليها لكشف بعض المتغيرات والعلاقات وحجمها أو مدى قوتها. لكن المقابلات ستتكفل بتحري طبيعة هذه المتغيرات وبنيتها او اليات عمل بعض العلاقات الداخلة في تكوين وتشكيل الظاهرة المبحوثة ومعادلاتها.

وقد عرضنا في فصل سابق التحليل الاحصائي وارقامه وجداوله بالحد الادنى من التحليل الكمي الرقمي، كما عرضنا نموذجين تحليليين لمقابلتين تم اختيارهما بشكل عشوائي من المقابلات التي اجريناها مع الطلاب، وهنا نلفت النظر الى ان كلا المقابلات والاستبيان ركزت على نفس الاسئلة والمحاور وأما الفارق فيكمن في ان المقابلات اتاحت مساحة اوسع لتحري العناصر والتفاصيل المتعلقة ببعض المعلومات النوعية التي اردنا الحصول عليها، وقد اوضحنا في معرض تحليلنا لهاتين المقابلتين الهدف العام من وراء ذلك والكامن في تقديم بعض نماذج المقابلات كوحدة واحدة لها خصوصيتها وبنيتها العامة وذلك قبل ان نقدم نتائج جميع المقابلات من خلال التحليل العام الذي سيدمج جميع النتائج سواء ما كان منها كميا او كيفيا او ما استقصي منها باسلوب الاستبيان او المقابلات. وقد انطلقنا في كل ذلك فرضية عامة تفيد بأن الافراد

المبحوثين الذين يبدون في الظاهر متنوعين ومختلفين إنما هم في العمق موحدون ويملكون رؤية متقاربة وتكوينا معرفيا متجانسا، وهو ما طرحناه سابقا حول مسألة التنميط المعرفي الذي مارسته وسائل الاعلام على الجمهور، والسبب الثاني تمثل لدينا في طموحنا بطرح الظاهرة قيد الدراسة من زوايا متعددة انطلاقا من قناعتنا المتعلقة بأن اختلاف زوايا الرؤية لأي موضوع إنما يسلط الضوء على أكثر من جانب منه مما يجعله اقرب الى التجسد بابعاده الثلاثية كما لو كان حقيقة مادية ملموسة ومجسمة.

2- تحليل خصائص عينات الدراسة :

لقد ضمت عينة الاستبيان ثلاث متغيرات رئيسية هي الجنس والسنة الدراسة ومكان السكن، وكما عكست هذه العينة الى حد ما واقع توزع الطلاب في جامعة اليرموك بالنسبة لهذه المتغيرات. اما المتغير الاول المتعلق بالجنس فقد تبين ان الكفة ترجح لصالح التمثيل الانثوي حيث بلغت نسبة الاناث 67.8% في مقابل 32.2% للذكور، وقد باتت هذه النسبة تمثل واقع الحال بالنسبة للكثير من الجامعات الاردنية وخاصة الحكومية بسبب اعتماد قبول الطلاب على معدلات التحصيل في الثانوية العامة التي أظهرت ارتفاعا ملموسا لصالح الاناث خاصة في السنوات الاخيرة.

وأما متغير السنة الدراسية فقد توزعت النسب بشكل يميل الى السنوات الأولى والثانية على حساب الثالثة والرابعة. وهذا كان نتيجة متوقعة حيث اعتمدنا في توزيع الاستبيان على بعض الشعب التي تضم طلبة من كل التخصصات وهذه الشعب في العادة تضم طلبة اكثر من السنتين الاولى والثانية. وأما مكان السكن فقد احتلت القرية النسبة الأعلى حيث بلغت نسبة ساكني القرى من الطلاب 44.5% تلتها نسبة 37.9% لساكني المدن من الطلاب في حين ان سكان المخيمات شكلوا نسبة متدنية بلغت 1.7% وكان هذا متوقعا بالنسبة لنا فالكثير من المخيمات القريبة من المدن اضحت جزءا منها ولم تعد تسمية المخيم هي الدارجة إضافة الى ان الكثير من الطلاب والطالبات لا يفضلون هذه التسمية لأسباب تتعلق بالكثير من الرواسب القيمية والاجتماعية التي يعتقدون بها والتي لا يتسع المجال للحديث عنها.

وعموما فإن المتغيرات الثلاثة الجنس والسنة الدراسية ومكان السكن لم تدخل كمتغيرات ذات دلالة نوعية او قيمة فعلية في فرضياتنا الاساسية. لاننا حددنا منذ البداية وبناءا على ملاحظاتنا العامة ان هناك انماطا عامة من الوعي تم نشرها عبر وسائل الاعلام الحديثة على نطاق واسع وشامل تخطى الحدود التقليدية لامكنة الاقامة والسكن او الجنس او حتى السن والخبرة. فلم

نلاحظ فروقا نوعية لدى الطلاب نستطيع ربطها بوضوح بهذه المتغيرات. وقد ركزت فرضياتنا الاساسية على العناصر والمضامين المعرفية التي تحملها وسائل الاعلام وطبيعـة تـأثير هـذه العناصر في البنية المعرفية للشباب وطرق تفكيرهم وانماط وعيهم على كافة المستويات . وقـد اقمنا فرضياتنا الرئيسية على مجموعة من المتغيرات والعناصر التي رأينا ان لها قيمة اكبر في تشكيل الظاهرة المتعلقة بتأثير وسائل الاعلام على افراد مجتمع البحث، سواء منها تلك المتعلقة بطبيعة المضامين الاعلامية والاهداف النوعية الرامية لتحقيقها على مستوى الوعي لدى الشباب، أو تلك المتغيرات والعناصر المتعلقة بطبيعة التعرض لوسائل الاعلام خاصـة منهـا الاكثـر تفضيلا وكيفية توزيع الوقت على وسائل الاعلام ومدى الثقة بها وبالحقائق المعرفية التي تبثهـا ومدى الاهتمام بالمضامين الجادة مقابل مضامين التسلية والترفيـه واشـكال وانمـاط الـوعي والتوجهات السلوكية لدى الافراد على كافة المستويات الجادة منها او الترفيهية. هذا اضافة الـى المكونات الثقافية الاخرى كالمدرسة او البيئة العائلية والاجتماعية القريبة ومدى الـدور الـذي لعبته في تشكيل انماط الوعي لدى الافراد بشكل عام والذي افترضنا انه متغير لا يحمل الكثيـر من الدلالات النوعية وهي حقيقة دلت عليها نتائج البحث في اكثر من مفصل. وصولا الى قياس مواقف الشباب من الكثير من القضايا الساخنة خاصة على المستوى السياسي وكيفيـة تفـاعلهم معها.

وأما من الجانب الآخر فقد حاولنا تلافي بعض عناصر اللاتوازن في عينة الاستبيان في عينـة المقابلات التي كنا اكثر قدرة على التحكم بعناصرها. وقد ركزنا فيها على نسب متقاربـة مـن الذكور والاناث وتوزيع افضل للسنوات الدراسية. رغم اننا ندرك ان الفروق المترتبة على هذه المتغيرات هي فروق هامشية لا تحمل اي دلالة عميقـة. فـالطلاب مـن كافـة التخصـصات متشابهون الى حد كبير في انماط وعيهم ويخضعون لأشكال متجانسة من التـأثير الاعلامـي. وربما نعلق لاحقا على بعض الفروق التي اظهرتها العينات في متغير الجنس والتي ربما اشارت الى اختلاف في بعض الاهمامات ليس على صعيد الكيفية وإنما على صعيد الـشكل ، مثـل ان نقول ان الفتيات اكثر اهتماما بالمسلسلات الدرامية بينما الشباب اكثر اهتماما بالبرامج الرياضية وكلا الشكلين من الاهتمام لا يحمل فارقا نوعيا من حيث ارتباطه بنوع المضامين الاعلامية فهما ينتميان الى مضامين اعلامية ذات عنوان واحد وهدف واحد برغم تعدد الاشكال والانماط وهـو كل ما يقع تحت مسمى الترفيه والتسلية من الالهاء والاشغال والتجارة والاستهلاك.

وبشكل عام فقد تركز الهدف الاساسي من اسئلتنا المفتاحية حول هذه المتغيرات للتأكد مـن ان العينة التي اخترناها من بين الطلاب تتوفر فيها العناصر والشروط الاساسية بحدودها المقبولـة

التي تتعلق بفرضياتنا الاساسية ولا تتناقض معها أو تحد من مدى قدرتنا على تبين عناصر هذه الفرضيات ومتغيراتها التي قدرنا انها اكثر اهمية وحسما وتأثيرا في الظاهرة المبحوثة.

3- المعيار الاحصائي للمتوسط الحسابي

للإجابة عن اسئلة الاستبيان تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأشـكال وأنماط وعي الشباب بواقعهم وقضايا مجتمعهم وكيفية تكون هـذه الأنمـاط والعناصـر الداخلة فيها، مع الأخذ بعين الاعتبار أن المتوسط الحسابي الذي يتراوح بين (1-2.33) يعنـي أن اتجاهات الطلبة منخفضة، والمتوسط الحسابي الذي يتراوح بـين (2.34-3.67) يعنـي أن اتجاهات الطلبة متوسطة، والمتوسط الحسابي الذي يزيد عن (3.67) يعني أن اتجاهات الطلبـة عالية، وذلك اعتماداً على مقياس الفقرات الذي تتراوح درجاته بين (1-5). وقد تـم اسـتخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات التي تضمنتها الأداة ككل، ولكل مجال على حدة

1- برغم ان نتائج الاستبيان قد اوردت بعض الاختبارات الكمية لبعض المتغيـرات كـالجنس ومكان السكن والسنة الدراسية، لكننا سوف لن نقف عندها كثيرا لأننا لم نكن نعول في الاسـاس على فرضيات تتعلق بالجوانب الكمية المتعلقة بهذه المتغيرات. ونؤكد هنا انها لم تكـن ضـمن الاختبارات الاساسية للدراسة وإنما كان الغرض منها استكمال كافة المؤشرات بشكل استقصائي وشمولي في اطار سعينا للبحث عن اية عناصر او متغيرات من الممكن لها ان تحـدث فروقـا ودلالات غير متوقعة. ونحن آثرنا عرض هذه الفروقات كما هي، فربما يستفيد منها اي قـارئ لهذه الدراسة في تحديد علاقات وعناصر أخرى ضمن اطار الدراسات الاتصالية والاجتماعيـة. وأما في تحليلنا النهائي فلم نوظف بأي شكل هذه الاختبارات ودلالاتها بسبب طبيعـة المحـاور التي تعرضنا لدراستها ونوعية العناصر والمتغيرات التي ركزنا في تحليلنا لهـا علـى رصـد واستخراج علاقاتها النوعية بشكل رئيسي. والتي برأينا لا يمكن التعبير عنها من خـلال لغـة الارقام والمتوسطات الحسابية، وقد عمدنا الى مناقشة ما ورد من العلاقات الرقمية والكمية على ضوء نتائج المقابلات التي اجريناها لكي نستخرج دلالات ومؤشرات ومعـاني وافكـار أكثـر موضوعية وتمثيلا لواقع الظاهرة المدروسة، وكنا قد حددنا في البداية ان من الـصعب تحويـل هذه المحاور المعقدة الى اتجاهات كمية محسوبة ، ولكن تركيزنا سوف ينصب على المتوسطات الحسابية المتعلقة بالاسئلة وإجاباتها داخل كل محور والتي سنحاول ربطهـا ببعـضها الـبعض للحصول على اي اتجاه او موقف او اهتمام عام لدى افراد مجتمع البحث ضمن المستويات التي

حددناها ، وهي التي سنقارنها بنتائج بحثنا على عينة المقابلات لتأكيد هذه الاتجاهات والمواقـف او نفيها او تحليل انماطها والمتغيرات الداخلة فيها ، وكل ذلك في تحليـل عـام يركـز علـى العلاقات الداخلية وطبيعة البنى والاشكال والتركيبات لكل عناصر الظاهرة المدروسـة وآليـات عملها.

4- التحليل العام للمحور الأول : طبيعة التعرض لوسائل الاعلام

ضم هذا المحور عشرة اسئلة حاولت تقصي طبيعة التعرض لوسائل الاعلام ومـدى الاعتمـاد عليها من قبل افراد مجتمع البحث، وقد تضمنت استفسارات حول حجم الوقـت الـذي يقـضيه الافراد لمتابعة وسائل الاعلام على اختلافها بتركيز خاص على الفضائيات والانترنت كوسيلتين رئيسيتين. الى جانب الوسائل الاخرى كالصحف والاذاعات، وقد تدرجنا في الاسـئلة لكـشف طبيعة المشاهدة والمتابعة لدى المبحوثين من ناحية طابعها العام، وهل تتم بمشاركة الاسـرة او الاصدقاء وما هو الشكل المفضل لديهم ، اضافة الى اسئلة تتحرى طبيعة المشاهدة والمتابعة من ناحية الدافع الرئيسي لها، هل هو لاغراض تتعلق بالعمل ام بالدراسـة ام بالحاجـات النفـسية الاخرى كالتسلية والترفيه وما حجم كل شكل من هذه الاشكال، ثم انتقلنا الى مـستوى آخـرى يتحرى طبيعة تعلق الافراد بوسائل الاعلام ومدى اعتمادهم او تعودهم عليها، وما مدى قدرتهم على الاستغناء عنها، اضافة الى اسئلة تتحرى شعورهم تجاه هذا الشكل او ذاك مـن المتابعـة. فهل يشعرون مثلا انها طبيعية ام مختلة ، وهل تتم الموازنة بين اوقات المتابعة واوقات العمـل والدراسة والانشطة الاجتماعية الاخرى ام هل تكون على حسابها ، ثم ختمناها بسؤال عن مدى الثقفة التي يوليها الطلاب لوسائل الاتصال بشكل عام ونسبتها العامة، وهو سؤال تكرر بـشكل مختلف وضمن محور مختلف لاحقا لكن ما قصد منه هنا هو تحري مدى الثقة بهـذه الوسـائل ومضامينها عموما وما موقفه العام من مدى صدقها، وهو ما يرتبط بالاسئلة السابقة من مـدى الاعتماد عليها وهل يرتبط الاعتماد على وسائل الاعلام بعنصر الثقة ومن اين تأتي هذه الثقة.

السؤال الأول : جاء على الصيغة التالية : **أخصص جزءا من وقتي لمتابعة وسـائل الاعـلام المختلفة من فضائيات وانترنت وإذاعات وصحف بشكل يومي ومنتظم.**

وأما الاجابات فقد ضمت خمس مواقف متدرجة من موافق بشدة الى موافق الى محايد الى غير موافق الى غير موافق بشدة، وقد جاءت نتائج التحليل الاحصائي للاستبيان على هذا السؤال كما هو مبين.

رقـــم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاه الطلاب
1	اخصص جزءا من وقتـي لمتابعـة وسـائل الاعلام المختلفة مـن فـضائيات وانترنـت واذاعات وصحف بشكل شبه يومي ومنتظم .	4.09	عالي

وهي تظهر متوسطا حسابيا عاليا بلغ 4.09 بحسب المقياس الذي بيناه آنفا، وهذا ما كان متوقعا بالنسبة لنا فهناك اقبال كبير على متابعة وسائل الاعلام من قبل الطـلاب والـشباب عمومـا، ووسائل الاعلام هي الجهة التي يلجأ اليها افراد مجتمع الدراسة لقضاء وقتهم وعلى نحو يـومي ومنتظم . وهذه النتيجة تكاد تتطابق مع النتيجة التي خلصنا اليها من خـلال المقـابلات حيـث اظهرت المقابلات تعلق الكثيرين منهم بوسائل الاعلام الى درجة كبيرة.

وقد بينت المقابلات ان معدلات المشاهدة تزيد في اغلبها عن اربع ساعات او تتراوح بين سـبع الى عشر ساعات عند اكثر من ثلث الذين استفتينا آراءهم ، وقد هدفنا من هـذا الـسؤال الـى الاطلاع على حجم التعرض لوسائل الاعلام بشكل عام، وهو متغير محوري بنينا عليه الكثيـر من فرضيات هذه الدراسة. وأولها فرضية اساسية تقول : **أن التعرض لوسائل الاعلام هو مـن الانشطة الاساسية بالنسبة للطلاب وأنهم يقضون اوقاتا طويلة بـشكل يـومي ومنـتظم فـي متابعتها وأن هذا النشاط يحتل مكانا متقدما بين الانشطة التي تشغل اوقاتهم مقارنة بالانشطة الاخرى.**

السؤال الثاني : جاء على الصيغة التالية: **أخصص جزءا من وقتي المتاح لمتابعة الفـضائيات. وقد جاءت المتوسطات الحسابية لنتائج الاستبيان على النحو المبين في الجدول.**

رقـــم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاه الطلاب
2	أخصص الجزء الاكبر مـن وقتـي المتـاح لمتابعة الفضائيات .	3.22	متوسط

وهي تقع في خانة المعدلات المتوسطة، اي ان نسبة متوسطة هي في الواقع (3.22) على نفس المعيار المبين اعلاه اجابت بأنها تقضي الحصة الاكبر من مجموع الوقت الكلـي المخـصص لوسائل الاعلام، تقضيه على الفضائيات . وهذه النسبة تقع في اعلى المتوسط عموما وهي نسبة كبيرة عموما وتتفق مع **فرضيتنا الفرعية القائلة بأن الفضائيات تحتل مـساحة واسـعة بـين وسائل الاعلام عموما في نسبة الاقبال والمتابعة.**

وأما بالنسبة للمقابلات فجميعها تؤكد هذه النسبة او تحوم حولها، فنسبة كبيرة افادت بأنها تقضي على الفضائيات ما يزيد عن الثلاث ساعات يوميا تتوزع بين برامج مختلفة. وقد لفتنـا هنـا ان الفتيات ربما اكثر ميلا لمتابعة الفضائيات بسبب ظروفهن الموضوعية حيث يقضين اوقاتا اطول في البيوت وهن اكثر ميلا للاهتمام بالمسلسلات الدرامية التي تزيد من نسبة المتابعة لديهن عن الشباب. ولكن ذلك لم يشكل فروقا كبيرة بين الذكور والإناث فالكثير من الذكور يقضون اوقاتـا طويلة ايضا في متابعة المباريات الرياضية في مواسم معينة.

وعموما فقد حاولنا من خلال طرح هذا السؤال الوقوف على عنصر مهم يدخل في كثيـر مـن فرضياتنا اللاحقة وهو مدى اعتماد الافراد على هذه الوسـيلة او تلـك مـن وسـائل الاعـلام وخصوصية هذا الاعتماد، فمن المعروف ان للفضائيات طبيعة متابعة تختلف عـن الاذاعـات مثلا، وانها ترتبط بالكثير من العناصر التقنية والاجتماعية الأخرى، فهي اقوى من ناحية التأثير حيث الصورة الحية والصوت والمؤثرات التقنية الأخرى. وهي غالبا ما تفرض مضامين معينة على المشاهد حيث من المعلوم ان المشاهدة غالبا ما تتم بأجواء عائلية، فـإذا كـان الأب مـثلا يفضل الاستماع للاخبار فإن هذا العنصر كاف لفرض هذه المحطة الاخبارية على جميع افـراد الاسرة.

السؤال الثالث : جاء على الصيغة التالية: أخصص جزءا من وقتي المتاح لمتابعـة الانترنـت والمواقع الالكترونية. وقد جاءت المتوسطات الحسابية لنتائج الاستبيان على النحو المبـين فـي الجدول.

رقـــم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاه الطلاب
3	اخصص الجزء الاكبر مـن وقتـي المتـاح للانترنت والمواقع الالكترونية .	3.33	متوسط

ونسبة 3.33 هي نسبة تقع في خانة أعلى المتوسط وتتقارب مع النسبة المعطاه للسؤال الـسابق حول الوقت المخصص الفضائيات ، مما يعني ان نسبة اعلى قليلا من الطلاب يقضون الحـصة الأطول من وقتهم على الانترنت. وعموما فإن الانترنت ربما اصبح يحتل المرتبة الأولى فيمـا يتعلق بمعدلات الاقبال والمتابعة وقضاء الوقت خاصة بالنسبة للشباب .. وهذا ما يتفق ايضا مع فرضيتنا الفرعية القائلة بأن الانترنت يحتل مساحة واسعة بين وسائل الاعلام عموما في نـسبة الاقبال والمتابعة.

وهذا ما تؤيده ايضا نتائج المقابلات حيث افادت نسبة كبيرة من الطلاب انهم يقضون من ثـلاث الى اربع ساعات قد تزيد في ايام العطل لتصل الى ست او سبع ساعات يقضونها على الانترنت لمتابعة مضامين مختلفة.

وكما قلنا في التعليق على السؤال السابق حول الفضائيات فقد حاولنا من خلال طرح هذا السؤال التعرف على عنصر مهم يدخل في كثير من فرضياتنا ضمن المحاور اللاحقة وهو مدى اعتماد الافراد على هذه الوسيلة او تلك من وسائل الاعلام وخصوصية هـذا الاعتمـاد. وبـات مـن المعروف ان لكل وسيلة خصوصية وتترك أثرا ذو طبيعة خاصة يختلف عن الأثر الذي تتركـه الوسيلة الأخرى، فالانترنت مثلا يتيح ما لا تتيحه الفضائيات من سبل التواصـل عبـر غـرف التواصل الاجتماعي وعبر التفاعل مع الكثير من المضامين الاعلامية، وهو ايضا الوسيلة التـي تمتلك ميزات قد تعوض عن التواصل الوجاهي بشكل خاص . إضافة الى تنـوع اوسـع فـي المضامين التي يطرحها كما يتيح حرية أكبر لاختيار هذه المضامين، فمتابعة الانترنت غالبا مـا تفرض شكلا من الاتصال يتيح للفرد حرية اوسع في اختيار المضامين الاعلامية التي يـشارك بها او يطلع عليها، كما ينطوي التعامل مع الانترنت على خطر اكبر كونه يتيح فرصـة اكبـر للتأثير بالافراد بعيدا عن الاجواء العائلية مثلا.

السؤال الرابع جاء على الصيغة التالية: أتابع الاذاعات بشكل عرضي وغير منتظم. وقد جاءت المتوسطات الحسابية لنتائج الاستبيان على النحو المبين في الجدول.

رقـــم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاه الطلاب
4	اتابع الاذاعات بشكل عرضي وغير منتظم .	3.57	متوسط

ونسبة 3.57 تقع في خانة المتوسط، واكبر من نسبة السؤالين السابقين، وهذه النتيجـة متوقعـة حيث اننا نفترض ان متابعة الاذاعات لم تعد بالنسبة للكثيرين من الانشطة التي يمارسونها بشكل منتظم وإنما تتم بشكل عرضي ، وهي نسبة قريبة للغاية من خانة (عالي).

وهذه النتيجة تفيدنا بأن نسبة كبيرة من الطلاب لا يتابعون الاذاعات ولا تـدخل فـي انـشطتهم اليومية المنتظمة وإنما من الممكن أن يكون التعرض لها ضمن الحالات العرضية مقارنـة مـع الانترنت والفضائيات بالطبع.

وقد اردنا من خلال هذا السؤال التثبت من احدى فرضياتنا الفرعية القائلة بأن متابعة الإذاعـات تحتل مكانة متدنية ضمن حصص الوقت اليومي المتاح للتعرض لوسائل الاعلام.

وهذه النتيجة تتفق الى حد بعيد مع النتيجة التي بينتها المقابلات، حيث يتابع البعض عددا محدودا من البرامج الاذاعية ونشرات الاخبار المحلية وبشكل يصفونه بالعرضي او الهامشي، فغالبا مـا يستمعون الى الاذاعات في وسائط النقل العمومية وآخرين على الموبايل وهم غالبا ما يستمعون الى مضامين لا يعيرونها التركيز الكافي. فالبعض يقول انا اسمع بعض محطات الأف ام علـى الموبايل اثناء العمل، موسيقى غربية او ما شابه. والبعض قـال انـه يتـابع بعـض البـرامج الاسبوعية بمعدل لا يتعدى الساعة اسبوعيا، فهناك بعض البرامج التي تتناول ببث مباشر ومنوع آراء الشباب على الانترنت في موضوعات معينة بعيدة عن السياسة او الـدين او الادب او اي موضوع جاد، انما تتناول التعارف والاغاني المفضلة او تطرح بعض الموضـوعات للنقـاش والاتصال المباشر، مثل موضوعات الخيانة والغيرة لدى الشباب وغيرها. وعموما فإن معظـم الاجابات تشير الى ان متابعة الاذاعات بالنسبة للطلاب لا تشغل من وقـتهم المتـاح لوسـائل الاعلام إلا مساحة بسيطة وغير منتظمة.

السؤال الخامس جاء على الصيغة التالية: أنا اميل الى قراءة اخبار الـصحف اليوميـة حيـث اشتريها بشكل منتظم.

رقـــم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاه الطلاب
5	انا اميل الى قراءة اخبار الـصحف اليوميـة حيث اشتريها بشكل منتظم .	2.79	متوسط

ونسبة 2.79 تقع في خانة المتوسط لكنها تقل عن نسبة الموافقة على الـسؤال الـسابق، وهـذه النتيجة هي ضمن توقعاتنا فهي في ادنى المتوسط، وأعتقد ان عددا قليلا من الطلاب يـشترون الصحف اليومية ، وأضن هذا العدد اقل حتى من النسبة المبينة اعلاه، ولكن ربما ان البعض قرأ من السؤال شطره الاول، فهو ربما يقرأ الصحف على الانترنت. ولذلك جاءت هذه النسبة فـي بداية خانة المتوسط. والحقيقة ان المقابلات تظهر نسبة اقل ممن يشترون الصحف الورقية بشكل منتظم او يومي فالبعض قال ربما اشتري الصحف في ايام نادرة وبالمناسبات الرياضية الكبرى او المحلية. والنسبة الغالبة التي تقرأ الصحف اليومية لا تشتريها وإنما تطلـع عليهـا بواسـطة

الانترنت والبعض قال انا اطلع عليها لأن والدي يشتريها يوميا لأغراض تخص متابعة صفحات النعي او ربما لانها عادة تعودها ولا يستطيع التخلص منها.

وعموما فإن هذا السؤال بالفرضية الفرعية القائلة بأن متابعة الصحف اليومية الورقيـة تحتـل مكانة متدنية ضمن حصص الوقت اليومي المتاح للتعرض لوسائل الاعلام. وهو امـر يتعلـق بطبيعة التعرض لوسائل الاعلام وتوزيع المتابعة، ويجيب عن السؤال المحوري حول: ما هـي وسائل الاعلام الأكثر تفضيلا ومتابعة او الاقل .. ؟، وهذا سيعطينا تصورا عاما لطبيعة التلقـي والمتابعة وحجم ونوع التأثير، خاصة التأثير المتعلق بالبنى المعرفية والاهتمامات لدى الافراد.

السؤال السادس جاء على الصيغة التالية: أنا أفضل متابعة الفضائيات بمشاركة الآخرين سواء الاسرة او الاصدقاء.

وقد جاءت الاجابات على هذا السؤال عالية المتوسط ، حيث بلغت 3.85. وهذا يـشير الـى ان نسبة عالية ممن استفتينا آراءهم يفضلون متابعة الفضائيات في اجواء الجماعة.

رقـــم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاه الطلاب
6	أنا أفـضل متابعـة الفـضائيات بمـشاركة الآخرين سواء الاسرة او الاصدقاء .	3.85	عالي

وتوافقت نسبة كبيرة ممن قابلناهم مع هذا حيث افاد الكثيرون بأن الأجواء العائلية تضفي حيوية خاصة على المضامين الاعلامية التي يشاهدونها، فالاخبار والمسلـسلات وبـرامج الرياضـة والمباريات تحتاج الى نوع من النقاش او التفاعل مع الآخرين. ولا بد من الاشارة ان نسبة قليلة ممن قابلناهم افادوا بأنهم لا يفضلون دائما مشاهدة الفضائيات في الاجواء العائلية وإنما يفضلون مشاهدة بعض البرامج منفردين، بسبب تعدد امزجة افراد الاسرة فليس الجميع يتـابعون بـنفس الاهتمام بعض المضامين الاعلامية، مثل الأخبار او البرامج الوثائقية او التـي تتحـدث عـن موضوع فكري او علمي جاد.

وقد جاء هذا السؤال لكي يجيب عن جزئية مهمة تتعلق بكيفية المشاهدة والتفاعل، وهذه الجزئية تهمنا في الكثير من الفرضيات المتعلقة بحجم ونوع التفاعل مع المضامين الاعلامية وهل تحقق هذه المضامين دائما كل اغراضها في الاتصال. وهنا لا بد لنا من المرور على عنصر كثيرا ما

تحدثت عنه النظريات الاعلامية وهو عنصر التشويش في وصول الرسالة ..او عنصر يتـصل بالاتصال على مرحلتين ودور قادة الرأي في توصيل الرسالة، ونحن لا نرى كبير اثر لعنصر التشويش من خلال الاجابات عن هذا السؤال ، حيث ان نسبة قليلة للغاية هي التـي لا تفـضل الاجواء الجماعية، وأما بالنسبة لقادة الرأي فلم يظهر من خلال الاجابات ان هناك نقاشـا فعليـا يطال الرسائل الاعلامية ، فغالبية المضامين التي يتشارك فيها الافراد هي مضامين اسـتهلاكية، كالمباريات الرياضية او المسلسلات الدرامية. وغالبا فإن هناك خيارات أخرى للـذين يريـدون الابتعاد عن المضامين التي لا تثير اهتمامهم، وهؤلاء يتجهون الى غرفهم ويقلبون صفحات النت في الغالب. واجمالا فإن الاجابات عن هذا السؤال تشير الى ان الافراد اكثر ميلا للمشاركة فـي تلقي المضامين الاعلامية عموما، وهذا يشير ايضا الى تقارب لدى النسبة الغالبة من الافراد في الميول والاتجاهات، إنها الميول نفسها التي دأبت وسائل الاعلام على تطبيع الافراد معها وهـي وفي غالبيتها ميول استهلاكية، حيث يتشارك الجميع في استهلاك المضامين الاعلامية لمبـاراة رياضية في كرة القدم، وهنا لا بد من الوقوف امام مشهد اوسع للمشاركة في المشاهدة، مباريات كرة القدم الجماهيرية يتم مشاهدتها الآن عبر شاشات عملاقة وفي اجواء مفتوحه وعامـة فـي كثير من الاحيان، فالكثير من المقاهي استثمرت في هذا الميل لدى الشباب خاصة، وهي تقـوم بعرض مباريات كرة القدم على جمهور كبير صاخب. وأما الشكل الآخر للمـشاهدة الجماعيـة فيتجلى في متابعة الأسرة الواحدة لمسلسل درامي خيالي تركي أو مكسيكي او فيلم هنـدي . او يتشارك مجموعة من الاصحاب في حضور فيلم هوليوودي مثير يغص بمشاهد العنف والرعب والدم.

وعلى كل حال فإن هذه الظاهرة (المشاركة)، تذكرنا بمقولات لماكلوهان حول طبيعة المشاهدة التي تخلق نمطا معينا من الادراك والتفكير، فالناس بحسب ماكلوهان يلجأون الى الكثيـر مـن المناشط الاتصالية ليس بهدف المزيد من المعرفة وإنما بهدف المشاركة فقط. وهو يقول مثلا أن قراءة الجريدة الصباحية تختلف عن قراءة الكتاب. وهي تشبه الى حد بعيد المشاركة الطقـسية، (فالناس يتصفحون الجريدة وكأنهم يدخلون حماما ساخنا). وهذا برأيه لأن الناس يرغبـون فـي المشاركة دائما، الفرد الذي يقرأ الجريدة وكأنه يبحث عن ارضاء حاجته النفـسية بأنـه يـشكل جزءا من الجماعة وأنه ليس معزولا عما يجري.

وبرأيي فإن هذه القاعدة قد تنطبق على المشاهدة الجماعية للمضامين التي تبثها الفضائيات ايضا ولو بصورة مختلفة، ولا نريد هنا ان نتوسع في تطبيق مقولات ماكلوهان بالتلفزيون كأداة اتصال لاننا قد لا نتفق معه كثرا، خاصة في تركيزه الكبير علـى اداة الاتـصال ولـيس المـضامين

الاتصالية التي يعتبرها بلا قيمة، ولكن ظاهرة المشاركة تلك بارزة وربما تلك المقولة النظريـة لماكلوهان تضئ جانبا منها.

وهو يلفت النظر الى نوعين من الجماهير. جمهور متعقل وهو الجمهور الذي يقـرأ الكتـب، وجمهور متحمس لردود الفعل السريعة وهو الجمهور الأكبر عددا والـذي تحركـه المعلومـة المسموعة من خلال الاذاعة والتلفزيون وحتى الصحف التي تستقي اخبارهـا مـن معلومـات مسموعة عبر الهاتف والبث الكهربائي. ويبدو ذلك واضحا بالنسبة لماكلوهان حتى في الطريقـة التي نقرأ فيها الجريدة، فهي عبارة عن تنقل بين عناوين بلا رابط منطقـي تسلـسلي. ويعتبـر ماكلوهان الجيل الذي نشأ في كنف التلفزيون هم رجال القبائل الجدد، الذين برغم تمتعهم بتوازن حسي قبلي، وهم يتصرفون بنفس الانفعال القبلي العاطفي الديماغوجي (الساخن) المتحفز دائمـا للمشاركة والتفاعل على حساب التأني والفهم العميق لما يشاركون فيه.

السؤال السابع : جاء على الصيغة التالية: اعتمد كثيرا على وسائل الاعـلام لتلبيـة حاجـاتي المعرفية لأغراض العمل والدراسة.

رقـــم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاه الطلاب
7	اعتمد كثيرا على وسـائل الاتـصال لتلبيـة حاجاتي المعرفية لأغراض العمل والدراسـة أو اي نشاط جدي .	3.46	متوسط

وكما هو مبين في الجدول فقد بلغ المتوسط الحسابي للاجابات على هذا السؤال فـي الاسـتبيان 3.46 وهو يقع في خانة المتوسط، وهو يميل الى أعلى المتوسط بقليل، وهو يشير الى ان الكثير من الطلاب يعتمدون على وسائل الاعلام في تلبية احتياجاتهم المعرفية للعمل او الدراسة.

وأما بالنسبة للمقابلات فربما تفوق نسبة اعتماد الطلاب على وسائل الاتصال هذه النسبة، وقـد تأكدنا في المقابلات من فهم الطلاب لمضمون السؤال المتعلق بالمعلومات التي يحتاجونها، وهي غالبا معلومات تكون مطلوبة منهم لغايات الدراسة او العمل، سيما وان بعض الطلاب يمارسون بعض الاعمال الاضافية. فمنهم من قال ان النت يكاد يكون مصدر بحثه الوحيد عن المعلومات فهو نادرا ما يذهب الى المكتبة او يقرأ كتابا خارجيا ورقيا لغايات الدراسـة حتـى او غايـات العمل. وهو المصدر الرئيسي الذي يعتمدون عليه لأن البحث فيه اسهل، وهـو يوصـل الـى

المعلومات بأقصر الازمان والطرق، وافاد بعض الطلاب انهم يزاوجون بين النـت والكتـب .. خاصة عندما يطلب اليهم بعض البحوث. المهم لدينا اننا تأكدنا من حقيقة تتعلق بعنصر مهم تقوم عليه بعض فرضياتنا السابقة. وهي القائلة بأن نسبة كبيرة من الطلاب يعتمدون علـى وسـائل الاتصال في تلبية جزء من حاجاتهم الجدية. وبالنسبة للطلاب فإن حاجاتهم الجدية تتركـز فـي الدراسة بدرجة اولى او العمل بشكل عام.

واهمية هذا السؤال تكمن في التعرف على مدى اعتمادية الطلاب على وسائل الاتصال عمومـا في تحصيل ما يحتاجونه من اشكال المعرفة المختلفة، وهم بلا شك اصبحوا يعتمـدون بـشكل متزايد على الكثير من وسائل الاتصال في انجاز الكثير من المهام المطلوبة منهم. وهو ما يفتح الباب امام الكثير من الاسئلة الجدية حول مدى مصداقية وموضوعية وجدية مـا ينـشر علـى الانترنت من بحوث او معلومات او موضوعات مختلفة. وفي حالة الطلاب فكثيرا ما يلجـأون الى مقالات وبحوث منشورة لا تمتلك ايا من الشروط المطلوبة او العناصر التي يمكن التأكد من مدى صدقيتها وموضوعيتها وعلميتها. فالامكانيات الكبيرة لحرية النشر دفعـت بـالكثير مـن الأفراد لنشر عدد هائل من المواد والمضامين تحت عناوين مختلفة. والطلاب يستـسهلون فـي الغالب استخدام محركات البحث لقراءة هذه المواد واستخدامها على عواهنهـا. هـذا لا يعنـي بالمقابل ان هناك كميات هائلة من الموضوعات القيمة التي يمكن الاستفادة منها والتي اصبح من السهل الوصول اليها أيضا. ولكن بالنسبة للطلاب فإن التمييز بين الغث والسمين ليست مـسألة سهلة ومتاحة في كل الحالات وهم كثيرا ما يقعون في فخ المضامين المغلوطة والضعيفة، وهذه المسألة إذا استشرفنا آفاقها فإنها من المسائل الخطيرة التي تهدد المنظومة المعرفية لدى الكثيـر الافراد وتنعكس على معارفهم وقناعاتهم وصولا الى عقائدهم الايدلوجية والفكريـة وسـلوكهم السياسي والاجتماعي. وهنا نكون قد وصلنا الى مفصل من المفاصل التي تعنينا في هذا البحـث .. وهو المتعلق بكيفية تكوين الافراد لمعارفهم واهتماماتهم ولمواقفهم ودور وسـائل الاتـصال والاعلام في بناء كل ذلك لديهم. وأعتقد ان نظرة سريعة لما يحدث في الساحة العربية في ايامنا هذه من حراكات وثورات يعطي صورة عن مدى الدور الذي لعبته وسائل الاعـلام فـي بنـاء منظومة من المدارك والاتجاهات لدى شريحة الشباب بشكل خاص، تخطت سـلوكهم اليـومي البسيط على صعيد الاستهلاك والتسلية الى المستويات الأكثر خطورة وجدية وهي المـستويات السياسية والفكرية والعقدية المختلفة والتي اخرجت الى السطح الكثير من التناقضات والمـشاكل الخطيرة على مستويات التعصب الطائفي والفكري والديني والانخراط في استقطابات ونزاعات

لا يبدو ان العدد الاكبر من الشباب يحيطون بآثارها وبتداعياتها على مستقبلهم ومستقبل مجتمعاتهم.

السؤال الثامن : جاء على الصيغة التالية : وسائل الاعلام تلبي الكثير من حاجاتي النفسية في التسلية والترفيه.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاه الطلاب
8	وسائل الاعلام تلبي الكثير من حاجاتي النفسية في التسلية والترفيه .	3.79	عالي

وكما هو مبين في الجدول فإن نسبة عالية أجابوا بالموافقة على على هذا السؤال، وهي نسبة بلغت 3.79 وهي ثالث اكبر نسبة لدينا في اسئلة هذا المحور. وهي تشير الى ان الاتجاه العام للطلاب في قضاء اوقاتهم المخصصة للتسلية والترفيه انما يعتمدون فيها على وسائل الاعلام المختلفة.

اظهرت المقابلات نسبة اقل من هذه النسبة، ولكن بشكل عام من الواضح أن هناك توجها عاما قويا لدى الكثير من الطلاب لقضاء اوقاتهم المخصصة للتسلية والترفيه في تقليب الفضائيات ومتابعة الافلام والمسلسلات او المباريات الرياضية إضافة الى التواصل عبر الانترنت وتقليب صفحات المواقع المختلفة المخصصة للتسلية والترفيه، كقراءة أخبار نجوم الرياضة والسينما والغناء، والبحث عن الصور والموضوعات الطريفة وتبادلها عبر الايميل مع الاصدقاء والمعارف أو تنزيل الاغاني والالعاب أو البحث عن الاصدقاء القدامى والتواصل معهم عبر الفيس بوك والتويتر وغيرهما. وجميعها نشاطات يغلب عليها طابع التسلية وقضاء الوقت. وبينت المقابلات ان النسبة الأكبر من الطلاب منخرطون بنسبة اكبر بشكل واضح في اشكال التسلية الرقمية مقارنة مع اشكال التسلية الأخرى كالتواصل الاجتماعي مع الاصدقاء عبر الاتصال الوجاهي معهم او زيارتهم او ممارسة بعض الانشطة الرياضية الحية او حتى التردد على الاماكن العامة كالمقاهي والنوادي وممارسة اي شكل من اشكال التسلية الأخرى كلعب الورق او الشطرنج ..الخ.

وقد قصدنا من توجيه هذا السؤال التعرف عن كثب على حجم ونوع الانشطة المتعلقة بالتسلية والترفيه وحصة وسائل الاعلام بشكل عام في تلبية هذه الحاجات بالنسبة لهم ومدى اعتمادهم عليها في ذلك. وكما كنا نتوقع فإن وسائل الاعلام لم تعد تلعب دورها التقليدي البسيط في هذا

المجال. وجميعنا اصبح يدرك مدى انخراط الشباب واستغراقهم في الكثير من الأنشطة الرقمية بهدف التسلية والترفيه مقابل تراجع كبير في التواصل التقليدي والذي كان يفرض شكلا مختلفا من التشبيك والعلاقات الاجتماعية. فعقد الصداقات والتعرف على الناس لم يعد امرا تفرضه البيئة الاجتماعية المحيطة بالفرد، بل اصبح يتخطاها الى آفاق ومسافات كبيرة. وهو امر طرح علينا الكثير من الاسئلة، ليس أولها ما يتعلق بدور المؤسسات الاجتماعية التقليدية كالأسرة والعشيرة ومنطقة السكن، فمن الواضح ان كل هذه المؤسسات فقدت جزءا كبيرا من دورها وأهميتها بالنسبة للافراد، وليس أولها ما يتعلق بالبني المعرفية التي اصبح بمقدور الافراد تكوينها عبر هذا الفضاء الرقمي المفتوح، فلم تعد المدرسة او الجامعة او مؤسسات الدولة هي من يشكل هذه البنية المعرفية او يتحكم بها. انها مرة أخرى وسائل الإعلام التي زحفت لتحتل اماكن نفوذ جديدة وتشكل سلطة واسعة على الافراد مقابل ما خسرته المؤسسات الاجتماعية التقليدية من سلطة ونفوذ عليهم.

ونعود مرة أخرى الى موضوع السؤال، فقد توخينا من طرحه التعرف على مفصل مهم يدخل في صميم الكثير من فرضياتنا لهذا البحث، وهو ذلك المفصل المتعلق بمدى اعتماد الافراد على وسائل الاعلام في تلبية حاجاتهم النفسية وتشكيل شخصياتهم وميولهم أو مواقفهم وفهمهم للكثير من القضايا التي تمس حياتهم ومستقبلهم ومجتمعهم الذي يعيشون فيه.

وعموما فان ما يعنينا هنا هو ما نلحظه من انفصال الافراد عن مجتمعاتهم وفقدانهم للكثير من قيمها ومعاييرها، وهذا ليس بالامر الذي يمكن تجاوزه بسهولة، وبات من الواضح ان هناك الكثير من المشكلات المتعلقة بجيل الاتصال الرقمي من الشباب والناشئة هي ذات طبيعة خاصة تختلف عن المشكلات التقليدية التي كانت تواجه والمؤسسات الاجتماعية التقليدية. ويمكن ملاحظة الكثير من هذه المشكلات بسهولة لدى الكثيرين ، فهناك انقلاب قيمي ومعياري ملحوظ لدى الشريحة الواسعة بينهم، فلم تعد المرجعية القيمية المستمدة من تاريخ الامة وثقافتها هي السائدة او الحاكمة، لا في انماط اللبس او الاستهلاك او الأكل او السلوك تجاه الآباء او الاقارب او حتى الاصدقاء وهذا موضوع لا نستطيع التوسع فيه اكثر من ذلك فهو يحتاج الى بحوث منفصلة، ولكن ما يعنينا هنا هو الاشارة الى الجهات التي اصبحت تتحكم بتشكيل وعي الافراد وشخصياتهم وطبيعة دورها في ذلك، وهنا يبرز السؤال عن وسائل الاعلام ومن هي الجهات التي تمولها وتتحكم بمضامينها والاهداف والمرامي المرسومة من وراء ذلك.

السؤال التاسع: وقد جاء على الصيغة التالية ، إذا مر يوم ولم اشاهد فيه الفضائيات اشعر بعدم الارتياح وبالعزلة عن اخبار العالم.

رقـــم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاه الشباب
9	اذا مر يوم ولم اشاهد فيه الفضائيات اشـعر بعدم الارتياح وبالعزلة عن اخبار العالم .	2.65	متوسط

لقد اظهرت نتيجة هذا السؤال المتوسط الحسابي 2.65 وهو يقع في خانة المتوسط، وهذا يـشير الى ان نسبة متوسطة من الطلاب يشعرون بعدم الارتياح وبالعزلة عند انقطاعهم عن مـشاهدة الفضائيات تحديدا، وهذه النسبة برأيي تعود الى ان الكثير من الافراد يلجـأون الـى الوسـائل الاخرى المتوفرة وخاصة الإنترنت.

وقد عكست المقابلات نسبة أكبر لمدى تعلق الافراد بالفضائيات خاصة الفتيـات وهـن اكثـر التصاقا بالبيوت من الشباب. وعموما فإن الأغلبية من كلا الجنسين تشير الـى ان الفـضائيات اصحت جزءا لا يتجزأ من الروتين اليومي وأن شعورا يشبه الشعور بالعزلة الى حد بعيد او أن هناك شيئا ناقصا ينتابهم لدى انقطاعهم عن مشاهدة الفضائيات تحديدا.

وما قصدته من هذا السؤال هو التقدم خطوة أخرى والبناء على الاسئلة السابقة للوقـوف علـى طبيعة ما تعنيه وسائل الاعلام بالنسبة للافراد وأي هذه الوسائل يمكن اعتباره الاكثر تأثيرا فـي حياتهم وروتينهم اليومي، أو الاجابة عن السؤال المتعلق بـ : ما هـي الوسـيلة الاعلاميـة او الاتصالية التي تلعب الدور الأكثر مركزية في حياة الافراد.

السؤال العاشر : جاء على الصيغة التالية : إذا مر يوم ولم اشاهد فيه مواقع الانترنت المختلفـة اشعر بعدم الارتياح وبالعزلة عن العالم.

رقـــم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاه الشباب
10	اذا مر يوم ولم اشاهد فيه مواقـع الانترنـت المختلفة اشعر بعدم الارتياح وبالعزلة عـن العالم.	2.84	متوسط

وقد دلت النتيجة المبينة في الجدول ان المتوسط الحسابي يسجل 2.84. وهي تقـع فـي خانـة المتوسط ايضا لكنها اعلى من المتوسط الحسابي على السؤال السابق حول الفضائيات. وعلى كل حال فهناك تقارب بين النسبتين وهما تشيران الى ان نسبة لا بأس بها من الطلاب لا تـشعر ان الفضائيات والانترنت قد اصبح جزءا مهما يصعب الاستغناء عنه لأنهم يعتبرونه صلة الوصـل الاساسية مع العالم الخارجي.

وقد اشارت المقابلات كما في السؤال السابق الى نسبة أعلى من هذه النسبة بقليل، وهـي فـي أغلبها تشير الى ان الطلاب اصبحو بشكل متزايد يعتبرون الفضائيات والانترنت جزءا لا يتجزأ من حياتهم الاتصالية مع الآخرين والتي يصعب تخيلها بدون هذه الوسائل.

ومرة أخرى فإن ما قصدته من هذا السؤال هو التقدم في خطوة إضافية لتبـين مـدى اعتمـاد الافراد على هاتين الوسيلتين بالتحديد، الفضائيات والانترنت ويبدو ان الشباب عموما يعتبـرون الانترنت أكثر أهمية بالنسبة لهم ولو بمقدار صغير اظهرته المقابلات والاستبيان، ولكـن مـن الواضح ان هاتين الوسيلتين هما من اهم الوسائل التي دخلت عالم الأفراد بقوة وأن ما دلت عليه الاسئلة السابقة من تعلق واعتماد من قبل الشباب على وسائل الاعلام عموما سواء في اتجاهاتهم الجادة او الترفيهية إنما يتركز على هاتين الوسيلتين بشكل خاص .هذا يتعلق بفرضيتنا وسـؤالنا السابق حول الوسيلة الاتصالية الأكثر مركزية التي تلعب الدور الأكبر في حياة الأفراد عموما.

يبقى ان نقول ان هذين السؤالين يتعلقان بالمحور العام الذي تناولناه في الاسئلة السابقة من عدة جوانب. وهو المحور الأول في دراستنا هذه والمتعلق بطبيعة التعرض لوسائل الاعلام.

السؤال الحادي عشر: جاء على الصيغة التالية : اتابع مواقع الانترنت ولو كـان ذلـك علـى حساب وقت العمل والدراسة.

رقـــم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاه الشباب
11	اتابع مواقع الانترنت ولو كـان ذلـك علـى حساب وقت العمل والدراسة .	2.5	متوسط

والمتوسط الحسابي للاجابات على هذا السؤال بحسب الاستبيان بلغ 2.5 وهـو ضـمن خانـة المتوسط ، ويشير بداية الى ان نسبة لا بأس بها من الطلاب متعلقة بالانترنت تحديدا وهي تتابع المواقع ولو كان ذلك على حساب اوقات الدراسة او العمل. وهذه الاجابة تساهم في رسم طبيعة العلاقة مع وسيلة من اهم وسائل الاتصال وهي الانترنت. وهي علاقة بات من الواضح لنا انها علاقة قوية لا تتوقف عند قضاء الوقت والتسلية وإنما تأخذ ايضا من الوقت المخصص للدراسة او الواجبات الأخرى المطلوبة من الافراد سواء كانت عمل منزلي او اي شـكل مـن اشـكال الالتزام بالانشطة الاخرى الأكثر جدية.

وربما أوضحت المقابلات بشكل اكثر تحديدا علاقة الكثير ممن قابلناهم بالانترنت، وهـم فـي الغالب يعترفون بأن الانترنت يأخذ من وقت دراستهم وواجباتهم الأخرى ، وبنسبة تزيـد عـن النسبة المبينة في الاستبيان، وهم يقولون ان مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بـوك وغيـره تسرق وقتنا بدون ان نشعر. ونحن نقضي ساعات احيانا على هذه المواقع. فيما اكد البعض انهم يحاولون دائما تنظيم وقتهم خاصة في ايام الامتحانات حيث تبرز الحاجة لتخصيص اوقات اكثر للدراسة. ولكن في الايام العادية فهم في الغالب يتركون الحبل على الغارب ولا يلاحقهـم هـذا الشعور بالذنب حول قضاء اوقات طويلة على الانترنت.

وبشكل عام فإن هذا السؤال ايضا يلقي بعض الضوء على طبيعة العلاقة مع وسـائل الاتـصال عموما. وهي علاقة من الواضح انها قوية وتتحول لدى الكثيرين الى اشكال مفرطة وهوسية وقد تبين لنا ان البعض يقضي احيانا اوقاتا قد تزيد على عشر ساعات في اليوم الواحد.

وهنا نقف مرة أخرى امام تلك الحالة من التعلق المتفاوت الحدة لدى الأفراد . رغم علمنا بانـه يصل الى اشكال متطرفة لدى نسبة معينة لكن ما يهمنا أكثر ان هذه العلاقة خرجت لدى الغالبية عن كونها علاقة متردده او ظرفية. ويبدو انها علاقة تعكس شـكلا مـن اشـكال الحاجـات. فالانترنت تحول من كونه خيارا الى حاجة لدى نسبة يعتد بها ، مع كل ما تحمله كلمة حاجة من معنى، والحاجة تفترض الاشباع دائما وتستدعي الخلل والاضطراب في حال عدم تلبيتها. وهـذا امر حري بمزيد من التوقف والدراسة.

السؤال الثاني عشر وجاء على الصيغة التالية: اتابع الفضائيات ولو كان ذلك على حساب وقت العمل والدراسة.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاه الشباب
12	اتابع الفضائيات ولو كان ذلك على حساب وقت العمل والدراسة	2.38	متوسط

والمتوسط الحسابي للاجابة على هذا السؤال سجلت نسبة متقاربة مع السؤال السابق وبلغت 2.38 . وهي تظهر مرة أخرى ان هناك نسبة متوسطة ايضا تظهر تعلقا بالفضائيات وتدرك ان هذا التعلق يأتي على حساب الاعمال والانشطة الأكثر جدية، وهي الانشطة المتعلقة بالالتزامات سواء تجاه الدراسة او العمل المنزلي او اي نشاط اجتماعي آخر.

وتظهر المقابلات نسبة قد تكون اعلى بقليل، وعموما فقد كان بعض من قابلناهم اكثر صراحة فتحدثوا عن اشكال من الجدال والخلاف غالبا ما تنشأ بينهم وبين اهلهم على خلفية قلق الأهل من رؤيتهم ابناءهم يظهرون كل هذا التعلق بالانترنت او الفضائيات وإهمالهم للكثير من واجباتهم الأخرى.

ومرة أخرى نحن امام اشكال من التطرف في العلاقة. حيث العلاقة تتحول الى حاجة والحاجة تتعمق لتصبح فوق المعدل الطبيعي العادي وأشباعها غالبا ما يتحول الى اشكال متطرفة وكل ذلك على حساب الانشطة الاجتماعية الأكثر جدية والانشطة الأكثر تعبيرا عن التزام الفرد بمحيطه الاجتماعي واتصاله معه وعدم انعزاله واغترابه عنه.

السؤال الثالث عشر : وجاء على صيغة : على العموم، أنا اثق بمصداقية المعلومات التي تقدمها لي وسائل الاعلام سواء كانت فضائيات أومواقع الكترونية أوإذاعات أوصحف.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاه الشباب
13	على العموم ، أنا اثق بمصداقية المعلومات التي تقدمها لي وسائل الاعلام سواء كانت فضائيات أومواقع الكترونية أوإذاعات أوصحف .	2.7	متوسط

الاجابات على هذا السؤال حول ثقة الأفراد بمصداقية المعلومات عموما سجل متوسطا حـسابيا بلغ 2.7 وهو يقع في خانة الوسط ويشير الى ان نسبة متوسطة الحجم من المـستطلعة آراؤهـم يميلون الى الثقة بوسائل الاعلام بشكل عام.

وقد اظهرت المقابلات نتيجة متقاربة مع هذه النتيجة فنسبة قد تصل الى النصف تبدي شـكوكا عريضة خاصة في الاخبار ذات الصبغة السياسية، وكذلك الاخبار المتعلقـة بفـضائح النجـوم وعلاقاتهم وغيرها. رغم ان البعض ابدى ثقته عالية جدا بوسائل الاعلام، فالبعض اجاب انا اثق بها بنسبة 95 % بوجه عام، والبعض قال انه يثق بها بنسبة تزيد عن 80 % ولكـن الغالبيـة ابدت توجسا وميلا للشك في الكثير من القنوات، وربما تولد هذا الشك حديثا من اسلوب تغطيـة الكثير من الفضائيات والمواقع للاحداث السياسية على الساحة العربية ، فبدت بعض هذه القنوات عارية وهي تغطي الاحداث بصيغة يصعب معها التصديق انها لا تـشكل جـزءا مـن إحـدى الجبهات المتصارعة على ارض الواقع.

ورغم ان مسألة الثقة بوسائل الاعلام هي من المسائل التي حاولنا تغطيتها ضمن محور كامـل منفصل عن هذا المحور إلا ان هذا السؤال يأتي في سياق الاسئلة السابقة له، وعولت عليه ليفتح باب يجيب على مفصل حيوي بالنسبة للكثير من الفرضيات في هذه الدراسة. وهو بالتحديد ذلك المفصل المعلق بـ .. (بعد كل هذه الاجابات التي تظهر تعلقا كبيرا بوسائل الاتصال واعتمادية كبيرة على انماط المعرفة المستقاة منها على اختلافها، فهل هذا التعلق نابع من ثقة بمضامينها). فإذا كانت الاجابة بنعم، فالمشكلة ربما تكون أكثر عمقا، حيث يمكن لنا ان نفترض ان وسـائل الاعلام ربما نجحت في تحقيق هدف من اهم اهدافها، وهو خلق حالة من الثقـة بينهـا وبـين جمهورها وهي بالتالي تمتلك مزيدا من السلطة عليهم والقدرة للتأثير فيهم، وإذا كانت إجـابتهم تميل الى النفي، فإنما نرغب في الاجابة عن سر هذا التناقض الموجود لدى الجمهـور، فكيـف يتعلق الى هذه الدرجة بشئ لا يثق فيه وتساوره حوله الكثير من الشكوك.

وقد جاءت الاجابة متوسطة بين الموافقة وعدم الموافقة، وأنا اعتقد ان الكثيرين يميلون الى الثقة بوسائل الاعلام ولا يملكون اي معيار حقيقي يمكن لهم من خلاله محاكمة الكثير من المـضامين التي يتلقونها. وأن الجمهور يميل الى السلبية في هذا المجال ، وانا اعتقد ان هذه النسبة تتفق مع بعض فرضياتنا حول الجمهور الغافل والجمهور الذي يتم التلاعب فيه واستغلاله كالقطيع الضال بحسب تعبير تشومسكي.

وعلى كل حال فإننا سنناقش مسألة الثقة بوسائل الاعلام من خلال محور آخر يفصل طبيعة هذه الثقة من ناحية الشكل والمضمون.

5- التحليل العام للمحور الثاني - المضامين الإعلامية

ضم هذا المحور أحد عشر سؤالا ولجت الى صميم المضامين الاعلاميـة التـي افترضـنا ان الطلاب يتابعونها او يهتمون بها. وقد افترضنا ان هذه المضامين تضم مـستويات عـدة منهـا المستويات الجادة كالفكري والسياسي والديني ومنها غير الجادة والمتعلقـة بالتـسلية والترفيـه وقضاء الوقت. وحاولنا التعرف على الاتجاهات العامة لاهتمامات الطلاب ومدى انشغالهم بهذه المضامين . وقد تضمن المحور اسئلة متنوعة تشمل توجهات عدة لمسناها لدى الطـلاب مـن ملاحظاتنا العامة والاولية في هذا السياق. واتبعنا اسلوب طرح هذه الاسئلة بدون تقسيمها ضمن تعاقب خاص قد يوحي للطلاب بإجابات محددة لكي نتيح أكبر فرصة امام الطلاب كي يجيبـوا بشكل تلقائي ومباشر وبكل صدق وموضوعية.

وركزت هذه الاسئلة على قياس مدى متابعة الطلاب لموضوعات الرياضـة والفـن والـدراما واخبار النجوم والمطربين اوالشعر والمـسرح والادب او التواصـل عبـر مواقـع لتواصـل الاجتماعي وما هي طبيعة الموضوعات التي يهتمون او يشاركون فيها إضـافة الـى الـشؤون السياسية الساخنة على الساحة العربية او الساحة المحلية، ومستويات وأحجام الاهتمام بها عبـر وسائل الاتصال المختلفة سواء الفضائيات او الصحف والاذاعات او المواقع الالكترونية.

السؤال الأول : وجاء على الصيغة التالية : في متابعتي لوسائل الاعلام أهـتم كثيـرا بأخبـار الرياضة .

رقـم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
1	في متابعتي لوسائل الإعلام أهتم كثيـرا بأخبـار الرياضة .	3.03	متوسط

وكما هو مبين في هذا الجدول فإن المتوسط الحسابي بلغ 3.03 وهو يقع في خانة المتوسط، وقد كانت هذه الإجابة ضمن توقعاتنا في توضيح حجم الاهتمام بالبرامج الرياضية لدى المبحوثين لا سيما وأن النسبة الوازنة من العينة هي من الإناث. ونحن هنا لا يهمنا التفصيل في مدى اهتمـام

الذكور بالرياضة مقابل الاناث ولكن من ما يهمنا اكثر هو النظر الى المضمون الاعلامي المتعلق بالبرامج الرياضية بصفته من المضامين التي تنتمي الى مستوى التسلية والترفيه ومدى الاهتمام من قبل المبحوثين بهذا المستوى. ويبدو من الواضح ان هناك اهتماما كبيرا بالرياضة اذا ما أخذنا بالاعتبار المتغير المتعلق بخصائص العينة كونها ترجح لصالح الفتيات اولا، وثانيا اذا ما اخذنا بالاعتبار صيغة السؤال التي تستخدم تعبير (أهتم كثيرا) اي ان هذه النسبة ربما تعكس حجم من يهتمون كثيرا باخبار الرياضة وتقصي من يعتقدون انهم يهتمون بشكل متوسط او قليل.

وأما بالنسبة للمقابلات فقد بينت توجها واضحا للاهتمام بالمضامين المتعلقة بالرياضة من قبل الشباب بشكل خاص، فالبعض قال " ربما تسعون بالمائة من المضامين التي اشاهدها او اتواصل مع الآخرين بشأنها هي مواضيع متعلقة بالرياضة"، كما لمسنا ان نسبة ليست بالقليلة من الطالبات يبدين اهتماما بالمواضيع الرياضية ولكن من زوايا أخرى ، فالبعض قال" انا لا اهتم بمن يخسر او يفوز وما يهمني اكثر ان المباريات الرياضية تخلق جوا اسريا ممتعا ، فأنا لا اتخيل ان اتابع مباراة رياضية بكرة القدم وحدي أو بعيدا عن الاسرة، وان ما تخلقه المباريات الرياضية من اجواء صاخبة ونشطة داخل جو الاسرة هو الذي يدفعني احيانا لمتابعة هذه المباريات او تتبع اخبارها عبر الوسائل الاتصالية المختلفة"، وما لفت انتباهنا ايضا ان النسبة الغالبة من الشباب المتابعين للمضامين الرياضية لا يمارسون اي شكل من اشكال الرياضة لكن نسبة كبيرة من بينهم تهتم بمن يفوز او يخسر لانها منخرطة ضمن حزب من المشجعين لهذا الفريق او ذاك من الفرق ولأسباب تتفاوت بين الاعجاب بالمستوى الفني للفريق أو النجم الفلاني على المستوى العالمي، واما على المستوى المحلي فالانخراط في هذا الجمهور او ذاك من المشجعين تتدخل فيه عوامل اخرى لها علاقة بالانتماء لهوية اثنية معينة او هوية جهوية او مناطقية الخ .

وعموما فإن هذا السؤال يأتي في الإطار العام الهادف لفهم اهم عناصر ومكونات هذا المحور الذي نناقشه في هذا التحليل وهو محور (المضامين الاعلامية)، ويهدف هذا السؤال تحديدا لكشف حجم الاهتمام بالمضامين المتعلقة بالرياضة ومدى متابعة الافراد لها وانشغالهم فيها، وذلك كجزء من فهم طبيعة العلاقة بين ما تبثه وسائل الاعلام من مضامين تتبع الاتجاهات الترفيهية ومدى الاستجابة لها والتفاعل معها من قبل الجماهير، وهو تحديدا ما يشكل جزءا من إحدى فرضياتنا القائلة بأن وسائل الاعلام تحدد الكثير من توجهات الناس وتخصص جزءا مهما من جهدها لبث انماط مختلفة من المضامين المتعلقة بالتسلية والترفيه وقضاء الوقت، ضمن

هيكل اكثر شمولية وماكنات تعمل على صرف انتباه الناس وتوجيه اهتماماتهم ضمن اتجاهـات يمكن استثمارها من الناحية التجارية والاستهلاكية على حساب اهتمام الناس بالمستويات الأكثـر اولوية مثل الاهتمامات المتعلقة بالمستوى السياسي والثقافي والاجتماعي وغيرها.

السؤال الثاني : وجاء على الصيغة التالية : في متـابعتي لوسـائل الاعـلام لا اهـتم كثيـرا بالمواضيع السياسية.

رقـم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
2	في متابعتي لوسائل الاعلام لا اهتمً بالمواضـيع السياسية .	3.11	متوسط

وبلغ المتوسط الحسابي للاجابات على هذا السؤال 3.11 وهي تقع في خانة المتوسـط، وهـي تشير الى ان نسبة لا بأس بها من الطلاب لا تهتم بالمواضيع السياسية المطروحة على وسـائل الاعلام . وقد قصدنا من طرح السؤال بصيغة النفي هو معرفة حجـم مـن لا يهتمـون فعـلا بالمواضيع السياسية، ولو طرح بصيغة الاثباب لربما حصلنا على نسبة مختلفة. لكن انا مهتم هنا بالشريحة التي لا تهتم وطرح السؤال بهذه الصيغة تحرينا منه دقة اكبر في قياس هذه الـشريحة تحديدا، وذلك لأننا لمسنا من خلال ملاحظاتنا الأولية ان هناك شريحة مـن الطـلاب خاصـة الفتيات منهم لديها ما يشبه الموقف الكاره للأخبار السياسية والعازف عن متابعتها، وهم يتأففون دائما من الاهتمام الزائد لآبائهم بالفضائيات الاخبارية.

وأما المقابلات فقد بينت بشكل اكثر وضوحا ان نسبة متدنية للغاية هـم مـن يهتمـون فعـلا بالمواضيع السياسية، وأما الغالبية فإن لهم اهتمامات وانشغالات أخرى. فعـدد مـن الـشباب وصفو السياسة عموما بأنها غير مفهومة واشبه باللغز بالنسبة لهم إذ انها تعبـر عـن مـصالح معقدة لدول عظمى ومتنافسة والعلاقات السياسية بين الدول احيانا تبدو اشبه بالمـسخرة لـشدة تغيرها وتحولها وانقلابها. والكثير من الفتيات ابدين نفورا ملفتا من الاخبـار الـسياسية لأنهـا بحسب تعبيرهن مليئة بالدم والاحزان. وعموما فإن القلة القليلة التـي أبـدت اهتمامـا معينـا بالمواضيع السياسية حددت هذا الاهتمام بالاخبار السياسية المثيرة على الصعيد المحلـي، مثـل مثل فضيحة فساد او قصص والحراك، أو في حالة وجود حدث عالمي الطابع مثل سقوط نظـام او صعود نظام، ويبدو ان هذا الاهتمام عموما يتبخر حال تبخر الحدث واختفائه عن الفضائيات.

وعموما فقد توقعنا هذه النسبة، فملاحظاتنا الاولية كانت تشير لها بشكل واضح. وكنا دائما نشعر ان اهتمام الطلاب بالمستوى السياسي هو اهتمام آني وموسمي. لكنه لا يمثل اهتمامـا رئيـسيا يفرض شكلا من المنهجية والسلوك اليومي على الافراد وينعكس على مـواقفهم واهتمامـاتهم. وعلى كل حال فإن هذا الموضوع يرتبط بجزء من فرضياتنا التي تعتبـر ان وسـائل الاعـلام عموما بذلت جهودا كبيرة في سبيل صرف الافراد عن الاهتمام بالمستوى السياسي كجزء مـن استراتيجيات الإلهاء والتشتيت وتسطيح الوعي لدى الجماهير . وأتذكر هنا هنا بعض العبـارات التي استخدمها تشومسكي، من مثل "صرف انتباه القطيع، او تشتيت القطيع أو صناعة الرضى، صناعة القبول (Manufacturing consent). وعلى كل حال فإن هناك فوضى اعلامية علـى هذا الصعيد فاقمت من مشكلة تضليل الناس واختلاط الأمور بالنسبة لهم. فنظرة سريعة الى مـا تمارسه الفضائيات والمواقع الالكترونية على هذا الصعيد يثبت لنا ان ما يدور يتجـاوز حتـى التضليل الاعلامي بمسافة كبيرة، انه اشبه بحرب نفسية وغسيل ادمغة وشحن وتحريض نفـسي وعاطفي ووجداني تستخدمه وسائل الاعلام لتحقيق اهداف ذات ابعاد سياسية وايدلولجية.

السؤال الثالث : وجاء على الصيغة التالية : في متابعتي لوسائل الاعلام أهتم كثيـرا بمتابعـة الموضة واخبار النجوم من ممثلين ومطربين.

رقـم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
3	في متابعتي لوسائل الاعلام أهتم كثيـرا بمتابعـة الموضة واخبار النجوم من ممثلين ومطربين .	3.26	متوسط

وقد سجل المتوسط الحسابي للاجابات على هذا السؤال 3.26، وهو معدل يقع في خانة المتوسط وفي الجزء الأعلى من هذه الخانة، وهذا يشير الى اهتمام ملحوظ بمتابعة اخبار الموضة ونجوم التلفزيون من رياضيين ومطربين وممثلين وغيرهم. وهي اجابة تفيد بأن نـسبة مـن يهتمـون بأخبار من هذا القبيل هي مرتفعة لا سيما وأن صيغة السؤال جاءت بتعبير (أهتم كثيرا). وهـو ما قصدت منه ان احدد الحجم الاكثر دقة للفئة المنشغلة والمهتمة فعلا باخبار ذات صبغة خاصة يمكن تصنفها تحت عنوان المضامين غير الجادة، او المضامين المتعلقة بالتـسلية الاسـتهلاكية وقضاء الوقت. وهذا يشير الى مدى ما فعلته وسائل الاعـلام بأجنـدات الجمـاهير وتـرتيبهم

لاولوياتهم المعرفية بشكل عام. فهذا الانشغال حتما سيكون على حساب الموضـوعات الجـادة ومضامينها.

اما بالنسبة للمقابلات بنوعيها الفردية والجماعية فقد تبين ان نسبة الاهتمام بهـذا النـوع مـن المضامين الاعلامية ربما تتجاوز النسبة الموضحة في الاستبيان، والاختلافات ربما تبرز بـين من ظهر انهم يفرطون فعلا في متابعة هذا النوع من المضامين وبين حالات اقل افراطا أو فـي جوانب واشكال الاهتمام ضمن السياق ذاته، حيث يبدي البعض اهتمامـا بالموضـة وبـرامج العناية بالجمال وقصات الشعر، او بين من يطارد اخبار النجم التركي او العربي الفلاني وحياته الشخصية وفضائحه وخلافاته مع شركات الانتاج. وكلا الشكلين من المتابعة يبـرزان بـشكل اوضح لدى الفتيات بوجه خاص. وكما سبق ولاحظنا بعض الفروق بين الفتيات والشباب فـي السؤال الخاص بمتابعة المضامين الرياضية فإن فروقا مشابهة تبرز هنا ايضا في هذا الـسؤال حول حجم الانخراط والاهتمام في مضامين الموضة ونجوم الدراما والغناء حيث ترجح الكفـة باتجاه الفتيات.

ويأتي هذا السؤال ليغطي هذا الجانب من جوانب المضامين الاعلامية التي تبثها وسائل الاعلام ضمن اطار المضامين غير الجادة والهادفة الى اشغال الجمهور وصرف انتباهه والتحكم بترتيب اجنداته واولوياته في المتابعة والمشاهدة وشد اهتمامه خارج السياق الطبيعي والعقلاني في هـذا الاطار. وهو ما يفسر الكثير من الظواهر التي طفرت على السطح كظـواهر غيـر عقلانيـة وصعبة الفهم، وربما يحضرني مثال الاضطرابات التي شهدتها مصر قبل عامين علـى خلفيـة مباراة لكرة القدم جمعتها مع الجزائر، فكيف لجمهور يعاني من البطالة والجوع وشـتى انـواع المشاكل على الصعد السياسية والاجتماعية والثقافية ، كيف له ان يبدي هذا الاهتمـام الملحمـي بمباراة لكرة القدم، وأن ينظر اليها كما لو كانت حدثا تاريخيا مصيريا للأمة بأسرها. واكثر مـا كان واضحا خلال تلك الاحداث هو الدور الذي اضطلع به سياسيون مـن الـصف الأول فـي مصر، حيث لا حظنا خلالها كيف يتصل عالم الرياضة بعالم السياسة بصلات واضـحة تـدأب وسائل الاعلام في الظروف العادية على اخفائها، كما لا حظنا الدور الذي لعبته وسائل الاعـلام من فضائيات ومواقع انترنت وغيرها في التحريض والتأجيج وغرضها من وراء ذلك. ولا بـد هنا من التذكير بجانب من جوانب فرضياتنا المتعلقة بدور وسائل الاعلام في ترتيـب اجنـدات الناس واولويات اهتماماتهم في اطار عام من تزييف الوعي وصرف الانتباه عـن الاولويـات الحقيقية للناس في مواجهة مشكلاتهم الأكثر مساسا بحقوقهم وعيشهم واستقرارهم. وهو جزء من (ادارة القطيع) على حد تعبير تشومسكي.

السؤال الرابع : وقد جاء على الصيغة التالية : في متابعتي لوسـائل الاعـلام اهـتم كثيـرا بالمواضيع الفكرية وبالشعر والأدب والمسرح.

رقـم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
4	في متابعتي لوسائل الاعلام أهتم كثيرا بالمواضيع الفكرية وبالشعر والادب والمسرح.	3.23	متوسط

وقد سجل المتوسط الحساب 3.23 وهو يقع في خانة المتوسط، اي ان النتيجة تـشير الـى ان هناك نسبة لا بأس بها تهتم بالمواضيع الفكرية والادب والشعر والمسرح. والحقيقة أن تقديراتنا الأولية لم تكن تتوقع هذه النسبة، وهذا هو الانطباع الذي كوناه من ملاحظاتنـا الاوليـة التـي ابرزت لنا ضعف اهتمام واضح بكل هذه الميادين. ولذلك فقد عولنا على المقابلات لكي نطلـع على صورة اوضح لمدى وحجم ونوعية المتابعة ضمن هذا الحقل.

وقد ركزنا في المقابلات بكلا نوعيها على نوعية المضامين التي يتابعها الطلاب في ميدان الفكر والشعر والأدب والمسرح. وخرجنا بمحصلة تقول ان الكثيرين ربما لم يفهموا هذا السؤال بشكل جيد . حيث تبين ان الكثيرين ممن قابلناهم يهتمون بالشعر النبطي ومسابقاته، وهم لذلك يتابعون بشغف برنامج شاعر المليون سبيل المثال، كما تبين ان البعض يقرأ بعض الخواطر هنا وهناك ويتبادلها مع اصدقائه على الفيس بوك او غيره من مواقع التواصل الاجتماعي. او يقرأ بعـض القصص المشوقة لاغاثا كرستي وهم لذلك يعتقدون ان هذه الموضوعات الفكرية والشعر والادب والمسرح كلها مما يقع ضمن دائرة اهتماماتهم. وأما ما اردناه من السؤال فيبدو انه تجاوز فهم النسبة الغالبة من الطلاب، حيث تبين لنا ان معظمهم لم يقرأ أو يتابع اي مادة جدية سواء علـى الانترنت او الفضائيات أو اي من وسائل الاعلام الأخرى تتعلق بالموضوعات المـذكورة فـي السؤال، فلم يتابع اي ندوة او لقاء يناقش أية قضية فكرية او فلسفية او أدبية جادة في حدود فهمنا لهذه الموضوعات كموضوعات تحتاج الى قراءة معمقة او متابعة متقصية. لا بل ان الكثيـرين من الطلاب لم يستطيعوا مداراة نفورهم من هذه المواضيع عندما طرحت امامهم بهذه الـصيغة. وقد صرح بعضهم ان هذه الموضوعات ربما تجاوزها الزمن. كمـا تبـين لنـا ان الانترنـت والفضائيات تشدهم احيانا باتجاهات معاكسة لكل هذه الاتجاهات، وقد كان هذا واضحا من خلال اجابات البعض التي قالوا فيها، لماذا يقرأ المرء رواية كلاسيكية مـن الأدب العـالمي بينمـا

يستطيع ان يشاهدها على شكل فيلم سينمائي شيق في مدة لا تزيد عن الساعة والنصف و لمـاذا يصدع رأسه بمتابعة موضوع فكري او فلسفي بينما هو بدون فائدة على الصعيد العملي.

على كل حال فقد تبين لنا ان هذه الموضوعات لا تحضى بأي اهتمام جدي مـن قبـل الغالبيـة العظمى من الطلاب لعدة اسباب من ابرزها عدم وجود اهتمام عام بهذه المواضيع، فـالكثيرون كانوا يعلقون بـ (اين تصرف مثل هذه المواضيع)، والحقيقة ان مجالات صرفها في المجتمع اضحت محدودة للغاية ، فلم يعد هناك من يستوعب او يستقبل هذه الموضـوعات، ان النمـوذج والمثال بالنسبة لقطاع واسع من الشباب مستمد من عوالم أخرى، من عالم الرياضة أو الـدراما أوالفن الاستهلاكي . وأبطالهم غالبا ما يعيشون ضمن هذه العوالم. وهذا ما افردنا لـه محـورا مختلفا.

السؤال الخامس : وقد جاء على الصيغة التالية: اقضي معظم وقتي المتاح في التواصـل مـع اصدقائي عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل التويتر والفايس بوك وغيره.

رقـم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
5	اقضي معظم وقتي المتـاح فـي التواصـل مـع اصدقائي عبر مواقع التواصل الاجتمـاعي مثـل التويتر والفايس بوك وغيره.	3.33	متوسط

وقد سجلت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا متوسطا بلغ 3.33 وهو معدل يقـع فـي اعلى المتوسط، أي ان نسبة كبيرة ممن يستخدمون الانترنت يقضون وقتا طويلا في التواصـل عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وقد حاولنا من طرحنا لهذا السؤال التعرف علـى حجـم مـا يقضيه الطلاب من وقتهم المتالح لوسائل الاعلام في حالة التواصل مع الآخرين علـى مواقـع التواصل الاجتماعي. وقد كان واضحا لدينا منذ البداية ومن خلال ملاحظاتنا الأوليـة ان قـسما كبيرا من الوقت الذي يقضيه الطلاب على الانترنت يذهب في هذا الاتجاه. وما نريـد التعـرف عليه هنا يقع ايضا ضمن تفكيك طبيعة العلاقة مع وسائل الاعلام وشكل المعرفة التي يحـصلها الجمهور منها . ولذلك فقد افردنا سؤالا يتعلق اولا بوسيلة خاصة من وسائل الاتـصال وشـكل خاص من الاتصال عبرها. وكان واضحا لدينا منذ البداية ان الوقت المخصص لكل وسيلة على حدة لا يكشف كل العناصر الداخلة في معادلة التأثير المعرفي الذي يمارس مـن قبـل وسـائل

الاعلام على الافراد . فقد نقضي وقتنا في القراءة او المشاهدة او اللعب على الانترنـت مـثلا، ولكن لكل نمط من هذه الانماط طبيعة خاصة للتأثير وشكل خاص من التفاعل المعرفي.

وأما المقابلات فقد اكدت هذه النسبة، وأن نسبة كبيرة من الوقت الذي يقـضيه الطـلاب علـى الانترنت يذهب للتواصل الاجتماعي، وأن هذا التواصل غالبا ما يتم مع مجموعة من الاصـدقاء سواء من الوسط الدراسي او من المعارف والاقارب. وأن المضامين التي يتم تداولها غالبا مـا تكون بعيدة عن اي حقل جاد ، بل العكس تماما لأن التواصل عبر هذه المواقع غالبا ما يكـون بغرض التسلية وقضاء الوقت.

السؤال السادس : وقد جاء على الصيغة التالية : اتابع الاخبار المحلية الخاصة بالاردن اكثـر من الاخبار الخاصة بالمنطقة العربية .

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
6	اتابع الاخبار المحلية الخاصة بالاردن اكثـر مـن الاخبار الخاصة بالمنطقة العربية .	3.67	متوسط

وقد سجلت نتيجة هذا السؤال متوسطا حسابيا هو الأعلى بين المتوسطات الحسابية ضـمن هـذا المحور، وهو يقع في مرتبة أعلى المتوسط، ولا تفصله عن الخانة العليا سوى درجـة واحـدة. وهذا يشير الى ان نسبة كبيرة من الطلاب هم اكثر اهتماما بالاخبار التي تتناول القضايا المحلية في البلد وأكثر انخراطا فيها بشكل عام مقارنة القضايا المتعلقة بالمحيط الاقليمي العربي. وهنا لا بد لنا من ان نلفت النظر الى ان هذه النسبة المرتفعة لا تعكس اهتماما عامـا بالاخبـار ذات الطبيعة الجادة ولكن ما تعكسه ان الاخبار المحلية ربما تحضى بمتابعة واهتمام اكبـر ضـمن التوجه العام لمتابعة الاخبار بشكل عام. والذي لم يثبت انه يحضى بمثل هذه النسبة من الاهتمام والمتابعة مقارنة بالمضامين الأخرى التي تنتمي الى التسلية والترفيه.

ويهدف السؤال للتعرف على ابعاد جانب من الجوانب التي تنتمي الى الموضوعات الجدية التي تتناولها وسائل الاتصال، ومدى انخراط الافراد فيها. وصيغة السؤال تتناول الأخبار على العموم وهي تشمل كل ما يستجد على الساحة المحلية من احداث سياسية او اقتـصادية او اجتماعيـة. وهذه النتيجة هي نتيجة متوقعه لمسناها من خلال ملاحضاتنا الأولية لاهتمامات الطلاب . ولذلك

فقد افردنا لها هذا السؤال ضمن هذا المحور لمزيد مـن التعـرف علـى خارطـة المـضامين والتوجهات التي يهتم بها الطلاب بشكل عام.

وقد كشفت المقابلات هذه النتيجة ولو بنسبة اقل، ويبدى ان هناك ميلا واضحا للاهتمام بالاحداث المحلية، حيث تحتل اخبار الحراك والفساد والطوشات في الجامعات وارتفاع الاسـعار وحتـى الفضائح والجرائم التي تعرضها بعض القنوات والشائعات التي تتناول المسئولين عبر المواقـع الالكترونية، كل ذلك يبدى انه يحضى بمتابعة من الطلاب. وأما الاحداث في الـوطن العربـي فيبدو مما قاله عدد من الطلاب انها كانت تحضى بمتابعة اكبر قبل ان تخفـت هـذه الاحـداث وتستقر الى حد ما. وقد علق بعض الطلاب على هذا السؤال بأن من البديهي ان يهـتم المـرء بمحيطه القريب اولا على حساب المحيط الابعد. كما علق البعض انهم يتبعون الأخبار الأكثـر اثارة بشكل عام سواء كانت محلية ام عربية ام عالمية. ويبدو ان الاخبار المحلية التي تتوفر فيها (الاثارة على حد قول الطلاب) تحضى بمتابعة اكبر من غيرها من الاخبـار الاخـرى ضـمن الاخبار المحلية بشكل عام، فمن الواضح ان الاخبار التي تتوفر فيها صفة الفضيحة او الفساد او النزاع او الجرائم وغيرها. وكلها تحضى بمتابعة وتفاعل اكبر. وهنا لا بد لنا من لفت النظر الى طبيعة الجمهور الانفعالي الذي اشار اليه ماكلوهان، جمهور متحمس لردود الفعل السريعة وهو الجمهور الأكبر عددا مقابل الجمهور المتعقل وهو الذي لا يعتمد علـى المعلومـة المـسموعة والمرئية عبر الميديا وإنما يعتمد على القراءة المتأنية للكتب (Marchand :1990).

السؤال السابع : وقد جاء على الصيغة التالية: تابعت واتابع ما جرى ويجـري مـن احـداث سياسية في المنطقة العربية اكثر من الاحداث المحلية في الاردن.

رقـم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
7	تابعت واتابع ما جرى ويجري من احداث سياسية في المنطقة العربية اكثر من الاحداث المحلية فـي الاردن .	3.10	متوسط

وقد سجلت نتيجة الاجابات على هذا السؤال المتوسط الحسابي 3.10 وهو يقع في خانة المتوسط واقل بكثير في الرتبة من السؤال السابق، وقد طرحنا هذا السؤال بصيغة هـي عكـس صـيغة السؤال السابق (السادس) مع اضافة تعبير (تابعت .. واتابع) لكي نتعرف علـى حجـم مـن

تابعوا في الماضي وما يزالون يتابعون الاحداث على الساحة العربية ومقدار ما تحضى به هذه الاحداث من اهتمام مقارنة بالأحداث على الساحة المحلية وهو ما يعكس شكلا من الوعي على المستويات الجدية. وقد اكد الفارق في النسبة التوجه العام الذي يتضح انه يرجح لصالح الأخبار المحلية بوجه عام. ومن الواضح ان الفارق في النسبة كان من المرجح ان يظهر اتساعا اكبر لولا تغيير صيغة السؤال من خلال استخدامنا لتعبير (تابعت ...) وهذا يشير الى ان الاحداث العربية ربما حضيت بمتابعة اكبر في العام الماضي قبل ان تستقر على اكثر من ساحة من الساحات العربية كمصر وتونس واليمن وليبيا. وعلى كل حال فإن هذه النسبة تضيف مؤشرا جديدا لطبيعة خارطة المضامين المعرفية التي تمثل اهتمامات الافراد وتوجهاتهم ضمن هذا السياق.

وقد وافقت المقابلات توقعاتنا، فنسبة كبيرة قالت ان أخبار الثورات العربية فقدت بريقها بعد ان انجزت هذه الثورات مهماتها، والبعض قال ان طبيعة تغطية وسائل الاعلام للاحداث يفرض نفسه . فالتغطية الاعلامية التي كانت على اشدها وتتابع الاحداث وسرعتها على اكثر من ساحة وبنفس الوقت ، كان يضفي طابعا مثيرا على هذه الاحداث بشكل عام.

ونحن نجد انفسنا مرة أخرى امام عوامل بعيدة كل البعد عن ان تكون ذاتية وناتجة عن وعي من قبل الافراد بقضاياهم السياسية اوالاجتماعية او الاقتصادية سواء على المستوى المحلي او الاقليمي .. الخ فهذه العوامل كما توضح المقابلات تتعلق بشكل اكبر بكثافة التغطية الاعلامية اولا وبطبيعة هذه التغطية التي تكون مثيرة في بعض القنوات فيندفع الجمهور باتجاهها أو تكون غير ذلك فلا يعيرونها اي انتباه.

ورغم ان هذين السؤالين يسجلان متوسطات حسابية تشير الى نسبة جيدة للمتابعة سواء للاخبار المحلية بالدرجة الاولى او العربية بالدرجة الثانية إلا اننا يجب ان لا ننسى ان حصة متابعة الاخبار الجادة عموما هي حصة متدنية كما اوضحنا سابقا، وثانيا تبين المقابلات مع الطلاب حالة من اللامبالاة بالسياسة سواء كانت على مستوى المحيط الاقليمي او على المستوى المحلي وإن كان هناك اهتمام فإن يتخذ اشكالا غريبة من انماط الوعي والتي من الواضح ان وسائل الاعلام عملت بدرجة كبيرة على صياغتها. وقد كنا نلاحظ دائما ان هناك بعض الكلاشيهات المحفوظة في الموضوعات السياسية اكثر من الوعي الحقيقي المبني على قراءات واطلاع واسع يتجاوز المعلومات الجاهزة التي تقدمها الفضائيات اوالمواقع الالكترونية. فالناس يعتمدون على وسائل الاعلام بدرجة كبيرة لتحديد مواقفهم من الكثير من القضايا وهذا ما افردنا له محورا مستقلا.

وبشكل عام فإن كلا السؤالين يمهدان لأسئلة لاحقة تهدف للتعرف بصورة اكبر على طبيعة وعي الافراد على مستوى هو من اهم المستويات التي تناولناها في هذا البحث كجزء من الاتجاهـات والاهتمامات الجدية لديهم، حيث افترضنا ان الاهتمام بالاخبار السياسية والاجتماعية والثقافيـة والاقتصادية عموما يعكس ملمحا من الملامح الجدية في اهتمامات وتوجهات الطلاب.

السؤال الثامن : وقد جاء على الصيغة التالية: افضل متابعة الاحداث السياسية عموما من خلال الفضائيات وليس من خلال اي وسيلة اخرى كالمواقع الالكترونية والاذاعات والصحف.

رقـم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
8	افضل متابعة الاحداث السياسية عموما من خـلال الفضائيات وليس من خـلال اي وسـيلة اخـرى كالمواقع الالكترونية والاذاعات والصحف .	3.21	متوسط

وقد سجلت الاجابات متوسطا حسابيا بلغ 3.21 وهو يقع ضمن خانة المتوسط، وهذا يشير الى ان نسبة جيدة من الطلاب يفضلون مشاهدة الاحداث السياسية من خلال الفضائيات ولـيس مـن خلال المواقع الالكترونية والاذاعات والصحف.

وقد اردنا من هذا السؤال تحديد النسبة التي تعتمد على الفضائيات في معرفـة الاحـداث التـي تجري حولها في المنطقة او على الصعيد المحلي ولا تعتمد على وسـائل اعلاميـة واتـصالية اخرى. ونحن نفترض ان هناك خصوصية تتمتع بها الفضائيات بما لها من امكانيات فنية عالية تستطيع جذب العدد الاكبر دائما ممن يهتمون بالاحداث السياسية عموما، لأن الفـضائيات تقـدم الصورة وتكررها وتقدم الصوت والمؤثرات وتتبع الاخبار بالتعليق والشرح والتوضـيح. وهـو امر اذا ما نظرنا اليه نظرة متمعنة فإننا سنجد انه امر على غاية من الخطورة. فالفـضائيات لا تقدم لنا الاحداث السياسية بموضوعية ومهنية وتنسحب لكي تدعنا نكون احكامنـا علـى هـذه الاحداث. الفضائيات تصنع الاحداث في الاعم الأغلب. وهي تقدم لنا الصورة التـي تختارهـا لتمثيل الحدث والصوت الذي تختاره لتعميق معنى الصورة، ولا تكتفي بذلك وإنما تـشرح لنـا الحدث وتوضحه وتستخدم الرسوم والمؤثرات المختلفة وتعلق عليه وتطلق الاحكام. كل ذلك في حزمة واحدة. وهذا ما لا يترك لنا اي فرصة لتكوين تصورنا او حكمنا المستقل عن الاحـداث

التي تجري حولنا . هذا هو الواقع الافتراضي او الواقع المفرط الذي تخلقه الصورة المتلفزة على حد تعبير بودريارد (محمود ، 2005 : 55).

ان الصورة والصوت عبر الفضائيات ينوب عن الحدث نفسه ويقوم مقامه، كما ينوب عن عقولنا التي تسعى لفهم الحدث. هذه الوجبة الجاهزة التي تقدمها الفضائيات لا تخدم الحقيقة في الغالب وتتحكم بها الاهواء السياسية والفكرية والايدلوجية. وهو ما سيترك اثره الواضح على الجماهير وعلى مواقفها وقناعاتها وبالتي على وعيها بما يدور من حولها.

وجاءت المقابلات لتؤكد ما توقعناه حول هذه المفصلية تحديدا . اولا ان النسبة التي تفضل الفضائيات في متابعة الاخبار السياسية هي اعلى من النسبة التي تمخض عنها الاستبيان، وثانيا ان معظم الطلاب يتابعون الفضائيات لانها تنقل لهم الحدث بتقنيات عالية ومختلفة تجعل من الخبر حقيقة لا تقبل الشك بالنسبة لهم. وهو ما لمسناه لدى الغالبية منهم. وقد جاءت التعليقات: ".. .. الفضائيات تضعنا في قلب الحدث، الفضائيات اكثر واقعية، الفضائيات تنقل الخبر بحيوية اكبر، الفضائيات تنقل الحدث بـ (آكشن) اكبر، الخبر على الفضائيات اكثر جاذبية. ليس هناك وسيلة اخرى تنقل الصوت والصورة وكل شئ " الناس لم تعد تسأل عن مصداقية الحدث وموضوعيته ومدى المهنية التي كتب فيها، انها تبحث عن الحدث المقنع - حيث المقنع هنا ليس الذي يمكن اخضاعة لمحاكمة عقلية. وإنما المقنع هو المثير وهو الاكثر تأثيرا ورسوخا.

السؤال التاسع : وجاء على الصيغة التالية : افضل متابعة المسلسلات والافلام والبرامج الاستعراضية والمسابقات عموما ولا اهتم باخبار السياسة والثقافة.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
9	افضل متابعة المسلسلات والافلام والبرامج الاستعراضية والمسابقات عموما ولا اهتم باخبار السياسة والثقافة .	3.19	متوسط

وقد سجل المتوسط الحسابي للاجابات على هذا السؤال 3.19 وهي تقع ضمن خانة المتوسط . وهي تشير الى ان نسبة راجحة من الطلاب تفضل متابعة المسلسلات والافلام والبرامج الاستعراضية والمسابقات مقارنة بمتابعتها للاخبار السياسية والثقافية. والسؤال يتضمن نوعا من المقارنة بين اتجاهين الاول يهتم بمتابعة مضامين ذات طبيعة ترفيهية والثاني مضامين ذات طبيعة جادة . وقد كانت النتيجة تميل باتجاه الخيار الاول. والسؤال ذو طبيعة عامة وهو يحاول تتبع اتجاه عام لدى الطلاب.

وعلى كل حال فإن ما لم يحسمه الاستبيان بصورة قاطعة حسمته المقابلات بنسبة اكبـر، فقـد لمسنا اتجاها أكثر وضوحا لتفضيل المسلسلات والافلام والبرامج الترفيهية عموما اذا ما قورنت بالاخبار السياسية والثقافية او اي برامج ذات طبيعة جادة. وابدى الكثيرون نوعا مـن التبـرم بالاخبار السياسية التي تكثر فيها صور الدمار والدم والعنف. وقال البعض ان الاخبار السياسية في الغالب تفرض عليهم بسبب اهتمام احد افراد الاسرة لها وهو فـي الغالـب الأب. وأوضـح البعض ان المسلسلات والافلام غالبا ما تضفي اجواء اكثر حميمية خاصة وان المتابعة غالبا ما تكون جماعية. وبدى ان الطالبات اكثر ميلا لهذا الاتجاه من الطلاب وهو لا يعني ان الطـلاب يفضلون الأخبار السياسية والثقافية فلهم تفضيلاتهم الخاصة. وقد بينا سابقا حجم تعلقهم بالبرامج الرياضية.

واجمالا فإن ما هدفنا اليه من طرح السؤال هو توضيح احد اهم الاتجاهات التي افترضنا انهـا موجودة بوضوح لدى الطلاب وهو الميل باتجاه البرامج الترفيهية اذا ما وضعت بالمقارنة مـع البرامج الجادة.

السؤال العاشر : وجاء على الصيغة التالية: المواضيع التي اشارك فيها عبر مواقـع التواصـل الاجتماعي هي مواضيع فكرية او سياسية في الغالب.

رقـم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
10	المواضيع التي اشارك فيها عبر مواقع التواصـل الاجتماعي هي مواضيع فكرية او سياسـية فـي الغالب	2.82	متوسط

وقد سجلت الاجابات على هذا السؤال ادنى متوسط حسابي بين جميع اسئلة هذا المحـور وقـد بلغت 2.82 . وهي تشير الى ان المواضيع التي يتبادلها الطلاب عبر مواقع التواصل لا تبـدي ميلا واضحا نحو الاتجاهات الفكرية والسياسية. وهو سؤال قصد منه تقدير حجـم الفئـة التـي تتبادل هذا النوع من المضامين عبر مواقع التواصل، ما يضيف عنصرا جديدا يوضـح شـكل الاتجاهات والاهتمامات التي ينشغل بها الطلاب. وهو يوافق ما كنا نتوقعه عن طبيعة المضامين التي يهتم بها الطلاب غالبا، حيث كنا نرجح كونها تنتمي الى طبيعة المضامين الخفيفة المتوافقة مع انخراط الطلاب في مضامين التسلية والترفيه بشكل اكبر.

وأما المقابلات فقد بينت هذا الاتجاه بشكل اوضح فقد بين الطلاب بصورة اكثـر صـراحة ان معظم ما يتبادلونه عبر مواقع التواصل في غالبيته لا يتعدى موضوعات التسلية والترفيه .فهـم يتبادلون النكت والصور واخبار الفنانين والرياضيين وغيرها مما أوضحناه بشكل اكبر ضـمن اسئلة سابقة.

وما قصدناه من السؤال هنا هو تحري جميع الاشكال الممكنة لاتجاهات الطلاب واهتمامـاتهم، وربما سألنا اسئلة شبيهة في المحور السابق ولكن ما تحريناه هنا هو تحديد نسبة اكثر دقة لشكل خاص من الاتصال وهو الاتصال عبر مواقع التواصل وطبيعة المضامين التي يتـشارك فيهـا الطلاب وحصة المضامين الجادة من هذا التواصل . وذلك في الاطار العام للبحث عن مؤشرات هنا او هناك تفيد في رسم الصورة الكاملة لاتجاهات واهتمامات الافراد بشكل اكثر وضوحا.

السؤال الحادي عشر : وجاء على الصيغة التالية : المواضيع التي اشارك فيهـا عبـر مواقـع التواصل الاجتماعي هي غالبا مواضيع تتعلق بالرياضة والغناء واخبار نجوم الفن أو الرياضة.

رقـم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
11	المواضيع التي اشارك فيها عبر مواقع التواصـل الاجتماعي هي غالبا مواضيع تتعلـق بالرياضـة والغناء واخبار نجوم الفن أو الرياضة .	3.22	متوسط

وقد سجلت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا بلغ 3.22 ، وهو يقع في مرتبة متقدمـة نسبيا من خانة المتوسط واحتل الترتيب الخامس بين اسئلة المحور البالغة احد عشر سؤالا. وهو يشير الى ان نسبة جيدة وراجحة تتبادل مواضيع تتعلق بالرياضة والغناء واخبار نجـوم الفـن والرياضة عموما. واالفارق واضح بين هذا المتوسط والمتوسط الذي سجله السؤال السابق. وهو ما يشير ميل اكبر بفارق واضح نحو الاتجاهات الخاصة بالتسلية مقارنة مع الاتجاهات الخاصة بالموضوعات الجادة.

وقد اكدت المقابلات هذه النتيجة، لا بل بدى واضحا من اجابات ان نسبة الرجحان بهذا الاتجـاه هي اقوى حتى من هذا المعدل. فالبعض قال ان الاكثر من ثمانين بالمائة ممـا يتبادلـه الطـلاب

يتضمن في الغالب موضوعات خفيفة أو تعليقات متصلة بهذا النوع من الموضوعات. بينما يبرز الاختلاف في نسبة التركيز على هذا الميدان او ذاك، فالبعض يفـضل الموضـوعات المتعلقـة بالرياضة وغالبا ما يكونون من الطلاب والبعض يهتم اكثر بموضوعات الدراما والمسلـسلات والافلام والنجوم وهم في الاغلب من الفتيات، واما الجميع فيلتقون في مساحات مـشتركة فهـم ينخرطون في مضامين الدردشة وتبادل النكات والصور الغريبة والطريفة والكاركاتورية واخبار الموضة والرياضة وبعض الخواطر والادعية الدينية، وتأتي التعليقات على هذه المواضيع مـن الطرف الأخر وهي تعليقات غالبا ما تعبر عن اعجاب او نفـور. وعمومـا فقـد اوضـحت المقابلات ان معظم ما يتم تبادله من مضامين هو من المضامين الخفيفة ولغايات التـسلية وهـو غالبا ما يتم مع اشخاص من الاصحاب والمعارف من الوسط الجامعي او اقـران الدراسـة او الاقارب.

وعموما فإن السؤالين يتصلان ببعضهما البعض من حيث الموضوع المتعلق بطبيعة المـضامين التي ينخرطون بالمشاركة فيها عبر مواقع التواصل تحديدا، وكلا السؤالين يقيسان حجم وشـكل هذه المضامين. ويبدو ان النتيجة التي يمكن الخلوص اليها هنا ان هناك نفـورا واضـحا مـن الموضوعات الجدية مقابل ميل واضح نحو الموضوعات المتعلقة بالتسلية وقضاء الوقـت. وأن مواقع التواصل تستخدم للتعارف والثرثرة وقضاء الاوقات ولا تستخدم بنفس الدرجة لأي اتجـاه جدي يتناول اي مضمون فكري او سياسي او ادبي وغيرها. ولا بد لنا هنا من التذكير بالـسؤال الخامس الذي بين ان يقضيه الطلاب على مواقع التواصل كالتويتر والفايس بوك يشكل قطاعـا كبيرا من الحجم الكلي للوقت الذي يقضونه بشكل عام على وسائل الاتصال المختلفـة. وربمـا اضاف السؤالان السابقان اضاءة جديدة على نمط معين من انماط العلاقة تشكلت بـين الافـراد ووسائل الاتصال.

وهنا تتوضح جوانب جديدة من طبيعة المضامين التي تشهد اقبالا من قبل الأفراد على مستويات متعددة، وتبرز عناصر جديدة في خريطة استخدام وسائل الاتصال وطبيعة هذا الاستخدام، كمـا تبرز مفاصل متعددة في طبيعة تأثير هذه الوسائل على الافراد بشكل عام.

الفصل الرابع :

التحليل العام للمحاور: الثالث والرابع والخامس

1 - التحليل العام للمحور الثالث - انماط التوجهات لدى الطلاب على المستويات الجادة وعلاقتها بوسائل الاتصال .

لا شك ان أنماط التوجهات على المستويات الجادة لدى الطلاب تعبر عن البنية العميقة الكامنة التي تمثل واقع الوعي العام لديهم بمختلف القضايا التي يعيشون فيها على هذه المستويات. ولا شك لدينا ايضا ان هذا الموضوع هو من الموضوعات الشائكة والمركبة والتي لا يسهل استقصاؤها من خلال مجموعة من الاسئلة. ولذلك فإننا نذكر هنا انه لم يكن ضمن اهدافنا العامة لهذا البحث تفكيك هذه البنية المعقدة ولكن ما يهمنا هنا هو الوقوف على أبرز ملامحها العامة لدى جمهور البحث بالقدر الذي يخدمنا في تحديد العلاقة بينها وبين ما تمارسه وسائل الاتصال من نحت وإعادة تشكيل لبنية الوعي لدى الجماهير، وذلك ضمن التوجه العام لبحثنا هذا والرامي الى تفكيك العلاقة بين الجمهور من جهة ووسائل الاتصال من جهة ثانية.

وقد ضم هذا المحور ستة اسئلة حاولت التعرف على ابرز التوجهات والمواقف لدى الشباب في المستويات التي سميناها بالمستويات الجادة، وتضم ابرز التوجهات العامة على صعيد العقيدة الفكرية والسياسية والذائقة الجمالية في مجالات الفن والادب والشعر. وقد حاولت هذه الاسئلة استطلاع ما يهم الطلاب ويحكم مواقفهم على هذه الصعد متلمسين اثر وسائل الاعلام في هذه المواقف والتوجهات.

وقد شملت الاسئلة الموقف من الفكر الاسلامي والموقف من الدولة وشكل الحكم والموقف من الاحزاب والنشاط السياسي كما شملت الموقف نحو الاهتمام بالموضوعات الجادة المذكورة لقياس مدى الانخراط فيها اضافة الى الموقف من القضايا المحلية المعاشة على صعيد البلد ومدى الاهتمام بها. واخيرا الموقف من موضوعات الأدب والفن والشعر الجاد ومدى ما يولونها من وقت واهتمام.

السؤال الأول، وجاء على الصيغة التالية: على المستوى الفكري والعقائدي، اعتقد ان الفكر الديني يقدم الحل للكثير من مشكلاتنا الاجتماعية والسياسية.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
1	على المستوى الفكري والعقائدي ، اعتقد ان الفكر الديني يقدم الحل للكثير من مشكلاتنا الاجتماعية والسياسية .	4.52	عالي

وقد سجلت الإجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا مرتفعا بشكل ملحوظ بلغ 2.52، وربمـا يكون هذا الوسط هو الأعلى من بين المعدلات التي استطلعناها في هذا البحث . وهو يشير الى ان نسبة عالية للغاية تعتقد على المستوى الفكري والعقائدي ان الفكر الديني الاسلامي يقدم الحل للكثير من مشكلاتنا الاجتماعية والسياسية. وهو موقف وتوجه ملفت للنظر. وقـد حاولنـا مـن خلال هذا السؤال تلمس مدى التنوع على الصعيد الفكري والايدولوجي ـ الـسياسي للطـلاب، ووجدنا ان هناك توجها عاما يطغى على غيره من التوجهات الفكرية ـ السياسية الاخرى.

وعلى كل حال فإن المفارقة تبدو اكبر عندما نعلم ان الطلاب هم الفئة الأكثر تعرضـا للأفكـار والايدولوجيات في المجتمع ومن المفترض ان توجهات متنوعة قد تبلورت لـديهم علـى هـذا الصعيد، ولكن من الواضح ان هناك (uniformity) او نوع من ثقافة الزي الواحد لدى الطلاب على الصعيد الفكري الايدلوجي - السياسي. وهو ما يتطابق مع الكثير مـن النظريـات التـي شرحت ثقافة المجتمع الصناعي وما بعد الصناعي، حيث يخضع الافراد على المستوى المعرفي لثقافة موحدة يختفي فيها التنوع، لأن التنوع هو عدو السيطرة المطلقة للسلطة الحاكمة، أكانـت هذه السلطة هي الدولة أو أكانت هي سلطة العولمة التي اخترقت الحدود السياسية للدول، ومهمة توحيد الأفكار هي المهمة التي تبرع فيها وسائل الاعلام بشكل خاص.

وبالنسبة للمقابلات فقد اجابت مناقشاتنا مع الطلاب مجموعة من الزوايا الاضـافية حـول هـذا الموضوع. وقد بدى أولا ان هناك نسبة كبيرة من الطلاب تعتقد بهذه المقولـة التـي طرحهـا السؤال ، حيث يؤمن الكثيرون أن الاسلام يقدم الحلول الانجع والأفضل لشتى انواع المشاكل اذا تم تطبيقه بالشكل الصحيح، انها مقولة الاسلام هو الحل الشائعة والتـي ترفعهـا الكثيـر مـن الاحزاب والكتل السياسية الاسلامية . وقد ابدى البعض تحفظا على مسألة الحكـم الاسـلامي حيث اجاب ، إذا كان هناك تطبيق للاحكام الاسلامية فالامور تبدو معقدة، فهو لا يؤيد الكثير من المسائل المتعلقة بالاحكام مثل قطع يد السارق او جلد الزاني وغيرها، ولكنه بنفس الوقت يصر على ان الاسلام يحمل كل الحلول. وبدا لي ان الغالبية لم يقرأو الكثير عن الاسـلام وفلـسفته واحكامه فهم يحفظون هذا الشعار، وهم يستمعون الى بعض شيوخ الفضائيات مثل عمر خالـد ومحمد حسان ومحمد نوح. وآخرين كثر هم معجبون كثيرا بأفكارهم ويتعـاملون معهـم كمـا يتعاملون مع نجوم الغناء احيانا، فلكل واحد منهم شيخه المفضل الى جانب نجمه المفـضل فـي الغناء أو التمثيل أو الرياضة.

وعند مقاطعة هذا المؤشر بالمؤشرات السابقة التي ابدت عدم اهتمام حقيقي بالموضوعات الجادة بشكل عام يسهل تفسير هذا التوجه لدى الشريحة الأوسع من الطلاب. ان عدم الاهتمام الحقيقي

بهذه الموضوعات يحل جزءا من اللغز، ولو كان هناك اهتمام حقيقي لرأينا مروحة أوسع مـن التوجهات الفكرية المتنوعة على هذا الصعيد. فلم نعثر مثلا على اي اثر لأفكار أخـرى مثـل الافكار سواء المحافظة منها او الليبرالية. مثل الماركسية أو القومية او على اختلاف انواعهـا الى جانب الأفكار الاسلامية المتنوعة التي كانت تشيع في الاوساط الجامعية سابقا.
من الواضح ان الثقافة السائدة هي ثقافة الكلاشيهات والشعارات الجاهزة، وأن الثقافة العميقة بهذا المستوى قد أخلت مكانها في عقول معظم الطلاب لتحل محلها ثقافة تشبه الوجبات الجاهزة. فلم نلمس اي فهم للكثير من المفاهيم المتعلقة بهذا المستوى، اضافة الى ان الطلاب ابدو فقرا كبيـرا في مدى اهتماماتهم ووعيهم على هذا الصعيد. فهم لا يهتمون ولا يشعرون انهم معنيـون بـأي شكل من القراءة والاطلاع والتعمق في فهم هذا المستوى.

السؤال الثاني : وجاء على الصيغة التالية : افضل العيش في دولة دينية على العيش في دولـة علمانية تعددية.

رقـم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
2	افضل العيش في دولة دينية على العيش فـي دولة علمانية تعددية .	4.25	عالي

كما اظهرت الإجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا عاليا بلغ 4.25 وهو من أعلى المعدلات الحسابية التي اظهرتها الاجابات على الأسئلة المطروحة عموما. ويشير الى أن نسبة عالية مـن الطلاب تفضل العيش في دولة اسلامية على العيش في دولة علمانية تعددية. وهو مـا يظهـر موقفا معينا يتبناه الطلاب على الصعيد السياسي. فهم اكثر ميلا الى ما يطرحه الفكر الـسياسي الديني مقارنة مع الفكر العلماني التعددي.
ومرة أخرى تبين المقابلات اشكالا متعددة من أبعاد فهم الطلاب ومعرفتهم على صـعيد الفكـر السياسي عموما. فالبعض يبدي تمسكا بالمبادئ الاسلامية خصوصا ولكن بشرط احتفاضه بكامل اشكال الحرية التي يطرحها العصر على صعيد الثقافة والسلوك والمظهر واللـبس والحريـات الشخصية وقد ابدو نفورهم من النموذج السعودي في الحكم مثلا. والبعض يبدي نفورا كبيرا من النموذج الذي تطرحه اوروبا في الحكم حيث ان التحرر والانفلات من كل ضابط (اخلاقـي) وسلوكي على حد تعبيرهم يتعارض مع ايمانهم العميق بدينهم الاسلامي. والـبعض يقـول انـه يفضل العيش في نموذج اسلامي (حقيقي)، غير مزيف، وهو يعتبر ان الاسلام لا يتعارض مـع

الديمقراطية أو حتى علمانية الدولة. المهم انه يتصور حالة فريدة ونموذجا مثاليا غير موجود على ارض الواقع يتضمن التطبيق الصحيح للدين ومبادئه والمحافظة على الحرية والديمقراطية وهو ما لن يتعارض بأي شكل مع حريات الآخرين من الاديان الأخرى او حتى الأفراد الذين يتبنون افكارا اخرى ولكن بشرط ان لا يتم التضحية بأي مبدأ من مبادئ الاسلام.

وعلى العموم فإن مناقشات الطلاب سواء في المقابلات الفردية او الجماعية تبين بوضوح ان هناك مشكلة حقيقية في مستويات معرفتهم ووعيهم بالمستوى الفكري - السياسي عموما. وهو ما بدى واضحا من صعوبة وارتباك في فهمهم لمعظم المفاهيم الاساسية فيه. وكما قلنا في تعليقنا على السؤال السابق ان هناك تناقضا حقيقيا يكمن في اتخاذهم لهذا الموقف او ذاك على المستوى السياسي او الفكري ودون تردد فيما لا يبدو انهم يبذلون اي جهد في تعميق فهمهم او استيعابهم لاساسياته وبديهياته.

ولا بد ان نلفت النظر الى ان معظم الطلاب الذين يبدون حماسا كبيرا للحكم الاسلامي او الدولة الاسلامية لا يظهر انهم ممن يحرصون على الالتزام بالكثير من التعاليم الاسلامية على مستوى السلوك. وقد تبين لي من خلال المقابلات ان النسبة الغالبة منهم لا تلتزم بالواجبات والفرائض الدينية كأداء الصلاة او الصيام او غيرها من الشعائر.

ونحن هنا نلفت النظر الى بعض فرضياتنا في في هذا الخصوص، وهي الفرضيات المتعلقة بدور وسائل الاعلام في التحكم بتوجهات الأفراد عن طريق طرح بعض المقولات والترويج لها، وهو جزء من صناعة الثقافة على هذا المستوى. وأكثر ما برز لدينا هنا هو تعلق الأفراد الشديد ببعض المقولات التي هي اشبه بكليشيهات واعتقادهم بها على حساب تعمقهم وفهمهم الصحيح لها.

السؤال الثالث : وجاء على الصيغة التالية: على المستوى السياسي، اميل الى افكار الاحزاب الاسلامية أكثر من افكار الاحزاب القومية واليسارية .

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
3	على المستوى السياسي ، اميل الى افكار الاحزاب الاسلامية أكثر من افكار الاحزاب القومية واليسارية .	3.27	متوسط

وقد سجلت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا مقداره 3.27 وهو يقع في خانة المتوسط، ويشير الى ان نسبة متوسطة من الطلاب تميل الى طروحات الأحـزاب الـسياسية الاسـلامية مقارنة بطروحات الأحزاب القومية واليسارية.

وأما المقابلات فقد بينت تشتتا اكبر ، فالبعض ابدى عدم اهتمامه بما تطرحه الاحزاب جميعـا، وأما التوجهات الاسلامية التي حصلت على متوسطات مرتفعة فـي الـسؤالين الـسابقين فمـن الواضح انها لا ترتبط بطروحات الاحزاب الاسلامية الموجودة على الساحة السياسية في البلـد وإنما الى تلك الطروحات العامة التي يتعرض لها الطلاب هنا وهناك وخصوصا على وسـائل الاعلام، فالنسبة الغالبة تبدي عدم ثقتها بالاحزاب عموما وعدم متابعتهـا لمـا تطرحـه هـذه الاحزاب الاسلامية منها او القومية واليسارية، فالبعض قال ان الاحزاب الاسلامية تتاجر بالدين كما بقية الاحزاب، والبعض ابدى ميلا نحو هذه الفكرة او تلك بشكل انتقائي فهو مع القوميين في كذا وضدهم في كذا او العكس. وعموما فالتوجه البارز لدى الطلاب تمثل في عـدم اكتـراثهم وعدم اهتمامهم ومتابعتهم لأي من الاحزاب الموجودة على الساحة السياسية في البلد.

كما بدى واضحا ان مستوى انخراط الطلاب في اي سلوك او نشاط على المستوى السياسي هو في حدوده الدنيا. مما يدعونا للقول ان الاشكالية تتعدى عدم الاهتمـام المتابعـة، وإنمـا عـدم المشاركة الفعلية في اي نشاط سياسي منظم. وهو في اعتقادي مظهر من اهم مظـاهر وعـيهم بهذا المستوى عموما.

السؤال الرابع : وجاء على الصيغة التالية : بصراحة كثيرا ما اشعر بالملل عند طرح المواضيع السياسية والفكرية الجادة .

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
4	بصراحة كثيرا ما اشعر بالملل عند طـرح المواضيع السياسية والفكرية الجادة .	3.25	متوسط

وقد حققت الاجابات متوسطا حسابيا مقداره 3.25 وهو يقع في خانة المتوسط، وقد اردنا مـن هذا السؤال احداث صدمة تبين حجم من يهتمون فعلا بالمواضيع السياسية او الفكريـة الجـادة. وأخذنا بالاعتبار ان الاجابة عن هذا السؤال قد لا تمثل الاتجاه الحقيقي للطلاب ، لأن الـسؤال

من الممكن ان يكون محرجا لنسبة كبيرة منهم. ومع ذلك فقد اعترفت نسبة وازنة منهم بأن المواضيع السياسية والفكرية الجادة لا تثير اهتمامهم بل انهم يشعرون بالملل لدى طرحها.

وعموما فقد رضينا بهذا المتوسط على امل الحصول على النسبة الحقيقية من خلال المقابلات التي تكون ربما اكثر قدرة على استقصاء الحجم الفعلي بصورة اكثر واقعية. وفي الحقيقة ان ما توقعناه وجدناه، حيث بعد القليل من التمنع من قبل الطلاب تبين ان هذه الموضوعات لا تشكل لهم موضوعا جذابا في الأعم الأغلب. وقد جاءت التعليقات من مثل(... هذه اشياء غير واقعية، نحن نهتم اكثر بالاشياء الاكثر واقعية، هذه نظريات وكلام فارغ والحديث في الفكر والسياسة هي عمل من لا عمل له، ... البعض فهمنا انه يهتم بالسياسة من قبيل كيف سيتم تشكيل الحكومة وهل هناك فرصة لفلان او العشيرة الفلانية في الحصول على وزير من ابنائها). البعض قال ربما نناقش بعض الموضوعات ولكن ليس لفترة طويلة فإذا امتد النقاش نحن نفضل الهرب والانسحاب . البعض اظهر انه يحب ان يشارك في هذه الموضوعات لكن كان من الواضح في النقاش الجماعي ان معرفته بها سطحية للغاية. البعض قال:(هذه موضوعات النقاش فيها لا يقدم او يؤخر). الطالبات ابدين نفورا واضحا من السياسة واخبارها ونقاشاتها. وفي المحصلة فإن الاتجاه العام الذي يغلب على الطلاب كان من الواضح انهم لا يميلون الى مثل هذه الموضوعات التي يعتبرها كثير منهم هجينة وغريبة عن واقعه وهم يجدون صعوبة في ايجاد صلة الوصل بينهم وبين هذه العوالم. وهو ما يشير الى ان الوعي لدى الطلاب على هذا المستوى هو ليس بأفضل حالاته، فالسمة البارزة هي ان معظمهم يعتبر عالم السياسة والفكر والاهتمام بهما ليس من ضمن اولوياته بل ان الاهتمام بهما وتحصيل معرفة حقيقية ومعمقة ربما تكون من الأشكال التي تمثل حالة ترفيه بالنسبة له. وربما هي ليست ضرورية على الاطلاق لانها ليست ذات صلة بواقعنا . هم باختصار وكما قالت احداهن .. (اين تصرف مثل هذه الامور...!). فهم يجدون أن هذه الموضوعات لا يمكن ترجمتها الى الواقع.

وربما تتفق هذه النتيجة مع بعض فرضيات هذا البحث التي تتعلق بدور وسائل الاعلام في تشتيت الوعي وتزييفه وهي ما ينجم عنها حالة من الاغتراب التي يعيشها الفرد ويمكن تلمسها من خلال فقدانه لأي صلة مع واقعه وقضاياه خاصة على المستوى السياسي والفكري والاجتماعي والثقافي. وقد لمسنا وجود مثل هذه الحالة من الاغتراب لدى نسبة راجحة من الطلاب الذين تبين انهم لا يمكنهم تلمس صلة الوصل بين واقعهم المعاش واليومي مع المستوى السياسي والفكري والثقافي السائد في المجتمع.

السؤال الخامس : وجاء على الصيغة التالية : على المستوى السياسي أفضل أفكار الاحزاب الوطنية التي تهتم بالشأن المحلي للاردن .

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
5	على المستوى السياسي أفضل أفكار الاحزاب الوطنية عندما تهتم بالشأن المحلي للاردن .	3.33	متوسط

حققت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا بلغ 3.33 . وهو يقع ايضا في خانة المتوسط. ولا بد من الاشارة هنا الى اننا لم نضع اسئلة المحور ضمن تراتبية تقيم اي نسق او تقسيم منتظم لكي لا يقيم الطلاب اي صلة بين اجاباتهم عن طريق مقارنتها ببعضها البعض. وهو امر رجونا من ورائه تحقيق قدر اكبر من العفوية والمباشرة والصدق.

وأما نتيجة الاجابات فتشير الى اهتمام اكبر فيما تطرحه الاحزاب الوطنية عموما عندما تركز اهتمامها على الشؤون المحلية. ويبدو ان هناك نسبة وازنة من الطلاب ربما تفضل هذا الاتجاه لدى الاحزاب. وعموما فقد اردنا من هذا السؤال التحقق من احدى المسائل الدقيقة في تكوين موقف الطلاب من عمل الاحزاب وشعاراتها التي يبرز فيها اتجاه واضح لرفع الشعارات الكبيرة والمتعلقة بمسائل مثالية وشمولية وواسعة ، مثل الوحدة العربية او دولة الخلافة الاسلامية مثلا، وغيرها من الشعارات التي لا تتلمس الواقع المعاش للناس وهمومهم اليومية. وقد بينت النتيجة ان الطلاب ربما يميلون الى الاهتمام بالشأن المحلي بهذه النسبة المبينة اعلاه.

وأما المقابلات فقد بينت مرة اخرى ان الموقف من الاحزاب عموما ومن طروحاتها يميل الى السلبية وعدم الاهتمام. وقد ناقشنا هذه الفكرة مع الطلاب لكي نتعرف على طبيعة الاشكالية التي تواجههم عموما عند الحديث عن المستوى السياسي، وكان ماثلا لدينا عدم اهتمام واضح ومستوى متدنيا من الوعي عكسته انماط متعددة من المواقف التي يتبناها الطلاب من الميدان السياسي عموما، او هم اجمالا لا يحفلون كثيرا بالشأن السياسي، او على الاقل لا يبلغ اهتمامهم بهذا الشأن مبلغ اهتمامهم بشئون اخرى كعالم الرياضة او الموسيقى او الغناء او الدراما مثلا. وقد تحرينا جميع آفاق الشأن السياسي بدئا بالشكل الايدلوجي مرورا بمستوى الاهتمام والانخراط بأي نشاط او عمل سياسي وانتهاءا بمواقفهم من المؤسسات التي تعمل ضمن هذا الاطار مثل الاحزاب او النقابات او الاتحادات والحركات الطلابية .وقد لفت نظري مثلا قول "أحداهن هل

من الظروري ان نهتم بالسياسة ؟؟؟ !!، إذا حدث امر مهم وفيه اثارة مثل انقلاب او حرب فنحن نتابع اخباره على الفضائيات وإن لا فلماذا نصدع رؤوسنا بالسياسة."

السؤال السادس : وقد جاء على الصيغة التالية : بصراحة لا اجد في الأدب والشعر الجاد مـا يثير اهتمامي على الاطلاق.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
6	بصراحة لا اجد في الأدب والشعر الجاد مـا يثير اهتمامي على الاطلاق.	2.99	متوسط

وقد بلغ المتوسط الحسابي للاجابات على هذا السؤال 2.99 ويقع في خانة المتوسط ايضا وهـو ادنى متوسط حسابي بين الاجابات على اسئلة هذا المحور. ويشير الى ان نسبة متوسطة لا تجد في الأدب والشعر الجاد ما يثير اهتمامها على الاطلاق. وقد هدفنا من هذا السؤال تحديد حجـم الاهتمامات الأخرى على صعيد الاهتمامات الجادة ، فالذي لا يهتم بالفكر والسياسة قـد يكـون مهتما بالادب والشعر مثلا. وهو من الميادين الجادة والضرورية لبناء منظومـة معرفيـة ذات اعتبار، ورغم ان السؤال يطلب الاجابة بصراحة إلا اننا لا نعتقد ان النسبة الغالبة من الطـلاب كانت تتمتع بالصراحة الكافية. وعموما فقد بينت المقابلات ان نسبة قليلة لها اهتمامـات جديـة بهذه الميادين، فالبعض يقرأ الشعر النبطي او يتابع مسابقاته عبر الفـضائيات، والـبعض يقـرأ بعض الابيات هنا وهناك على الانترنت وبشكل مفرق وعلى شكل قصاصات ورسائل وبطاقات بريدية، والبعض يقرأ رواية بوليسية او قصة رومانسية مثيرة، وبشكل متقطع. والـبعض قـال صراحة ان هذا العالم المسمى شعر وادب هو (بلا داعي) او مضيعة للوقت. وعموما فلم يبد ان هناك افرادا مهتمين بالفعل في هذا الميدان او يسعون الى تحقيق معرفة حقيقية فيه. وعموما فهذا وجه آخر من وجوه حالة الوعي العام لدى الطلاب، وهي حالة رجحنا وجودها مسبقا من خلال بعض الفرضيات التي تتعلق بدور وسائل الاعلام في تشتيت الـوعي باتجـاه تعزيـز النزعـة الاستهلاكية، او العمل باتجاه ما يسميه ماركيوز (رجل الاتجاه الواحد). وهو ما قصد به صناعة الانسان المسطح الذي يمتلك بعدا واحدا يفكر فيه ومن خلاله وهذا البعد هو الاستهلاك.

2 - المحور الرابع - انماط التوجهات لدى الطلاب على مستويات التسلية والاستهلاك.

- أنماط الوعي لدى الشباب على المستويات غير الجادة وعلاقتها بوسائل الاتصال.

إذا كانت التوجهات على المستويات الجادة لدى الطلاب تعكس الوجه الأول للبنية الكامنة التـي تمثل واقع الوعي العام لديهم فإن التوجهات على مستويات التسلية والترفيه والاسـتهلاك انمـا تعكس الوجه الآخر لهذا الواقع.

وكما سبق وأوضحنا في المحور السابق فإننا لا نطمح الى تفكيك البنى المعقدة والـشائكة مـن الوعي والمعرفة التي تقف وراء سلوك الافراد ومواقفهم وانماط تفكيرهم ولكننا اردنا من اسـئلة هذا المحور ان تستنطق ابرز ملامح الوعي لديهم بالقدر الذي يخدمنا في تحديد طبيعة العلاقـة بين هذا الوعي وبين وسائل الاتصال واشكال المعرفة التي تنشغل ببثها بين الجمـاهير. وذلـك لاننا نعتقد بأن وسائل الاتصال تمارس دورا كبيرا في نحت واعادة تشكيل انماط متعـددة مـن الاهتمامات والمواقف والسلوك الذي يتبناه الافراد عموما. وكل ذلك ضمن التوجه العـام لهـذا البحث الرامي الى تفكيك هذه العلاقة والقاء مزيد من الضوء على جوانبها المتعددة.

واجد ان من الواجب توضيح نقطة تتعلق باختيارنا لهذه المحاور واتباعنا لهذا التقـسيم .. فمـا الذي دفعنا لتقسيم اهتمامات الطلاب ومواقفهم ضمن هذه الاتجاهات؟!. والحقيقة ببـساطة اننـا انطلقنا من ملاحظاتنا الأولية للاتجاهات البارزة لدى الطلاب بحكم عملنا في قطـاع التـدريس الجامعي من جهة، ومن جهة أخرى من خلال مراقبتنا لما تبثه وسائل الاتصال المختلفـة مـن مضامين ومواد متنوعة وتنافسها المحموم على هذا الصعيد. وذلك بما يخدم الهدف العـام فـي ايجاد الصلة بين ابرز الاهتمامات والمواقف والانشغالات التي ينخرط فيها الطلاب مـن جهـة وبين وسائل الاعلام ودورها في تشكيل هذه الاتجاهات.

يتكون هذا المحور من ستة اسئلة تحاول تحديد مواقف الطلاب من اشكال مختلفة تتبع المستوى الذي نسميه بمستوى التسلية والترفيه والاستهلاك، وهو المستوى الذي يقف على الطرف المقابل للمستوى الذي ناقشناه في المحور السابق. وقد تناولت الاسئلة موضوعات الاهتمام بالرياضـة والافتتان بابطالها او الاستغراق بمتابعة الدراما والغناء ونجومهما. اضافة الـى اسـئلة تحـاول قياس مدى تأثرهم بهذه الميادين على المستوى الشخصي والسلوكي والفكري ومـدى انـشغالهم بانماط متعددة من الاستهلاك على صعيد المظهر الخارجي ومتابعة ما يستجد في عالم الموضـة والزينة والمقتنيات الشخصية الحديثة. وكلها ترتبط في اعتقادنا بما تبثه وسائل الاعلام من جهة وبدائرة واحدة من بنى الوعي والمعرفة وهي البنية التي حددناها ضمن مستوى التسلية والترفية والاستهلاك.

قبل الدخول الى تحليل الاجابات والمتوسطات الحسابية الواردة في الاستبيان ، فإننا لا بـد مـن لفت النظر الى ان هذا المحور قد اشتمل على اسئلة يمكن وصفها بالحساسة والمحرجة احيانـا، وقد كنا نتوقع مسبقا ان الاجابات قد لا تعكس المواقف الحقيقية للطـلاب، سـيما وأن الاسـئلة تستنطق الطلاب حول مسائل لها علاقة بمواقفهم من بعض الاتجاهات التي لا تتفق مع الكثيـر من معايير الموروث القيمي العام لمجتمعنا. وقد جاءت معظم الاجابات ضمن توقعاتنا في هـذا السياق. ولكن بالنسبة للأرقام فنحن نعتبر انها تعطي مؤشرات لكنها لم تحدد لنا حجوم حقيقيـة لهذه الاتجاهات. ولذلك فقد اعتمدنا بشكل اكبر على المقابلات لعكس الواقع بشكل اكثر تحديدا.

السؤال الأول : وقد جاء على الصيغة التالية : أبطال الرياضة هـم ابطـالي الحقيقيـين الـذين يستحقون المتابعة والاهتمام.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
1	أبطال الرياضة هم ابطالي الحقيقيـين الـذين يستحقون المتابعة والاهتمام .	2.67	متوسط

وقد حققت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا بلغ 2.67، وهو يقع في خانـة المتوسـط ولكنه لا يبتعد كثيرا عن خانة المنخفض. وعموما فإن هذا السؤال يحاول قيـاس مـدى تـأثر الطلاب بأبطال الرياضة وكيف ينظرون اليهم . فمن المعروف ان النماذج التي تطرحها الثقافـة الجماهيرية للافراد تكون مسئولة عن تحديد الافراد لاتجاهاتهم العامة ومواقفهم ونظرتهم لانفسهم ولادورهم في المحيط الذي يعيشون فيه. وعلى كل حال فرغم ان هذا المتوسط الحسابي لا يعتبر متوسطا كبيرا فلا بد ان نأخذ بعين الاعتبار ان السؤال كان موجها لطلاب من كلا الجنـسين ، الذكور والاناث. وقد تطرقنا سابقا الى ان هنالك اختلاف واضح في النمط العام للاهتمـام بـين الذكور والاناث يتركز حول اهتمام أكبر من قبل الشباب بالرياضة وعالمها فيما تظهر الإنـاث اهتماما اكبر بالدراما والمسلسلات وابطالها وعالمها. وكلا النمطين لا يختلفان من حيث النوع ، فهما ينتميان الى ثقافة التسلية والاستهلاك. هذا من جانب، وأما من الجانب الآخر فـلا بـد ان نتذكر هنا ابرز خصائص العينة المتمثلة في كون النسبة الغالبة منها مكونة مـن الانـاث. وإذا قاطعنا هذين المتغيرين فإنه يمكننا تفسير هذه النسبة المتواضعة لا بل الاستنتاج بأن هناك اتجاها قويا من قبل شريحة من افراد العينة للموافقة على محتوى السؤال وهو اعتبار ابطال الرياضـة من النماذج التي تمثل البطولة الحقيقية في اعينهم. وهو يشير الى شكل من اشكال الوعي العام

التي تنخرط فيها شريحة واسعة من الطلاب ضمن هذا المستوى كما تضيئ جانبا من جوانب البنية المعرفية لدى الطلاب عموما.

وأما المقابلات فقد أكدت ما استنتجناه سابقا، حيث بينت ان الطالبات لا يتابعن البرامج الرياضية بنفس الحماس الذي يتابعها به الطلاب، ولكن حتى الفتيات يحفظن على الاقل اسماء عدد كبير من مشاهير كرة القدم والرياضة. وأما الشباب فقد بينت المقابلات ان تعلقهم بأبطال الرياضة يتعدى مسألة الاعجاب بمهاراتهم الفنية في الملاعب الى الإعجاب بشخصياتهم خارج الملاعب. فهم يتابعون بشغف اخبارهم الخاصة وتنقلاتهم بين النوادي وحتى ان البعض ابدى اعجابه الشديد بأخلاق هذا النجم الرياضي او ذاك داخل وخارج الملاعب وبدا من حديثهم وتعليقاتهم انهم يكنون لهم حبا واحتراما كبيرا.

وعلى كل حال فإن هذا السؤال يشكل حلقة من حلقات المحور الذي نناقشه تحت عنوان انماط التوجهات على مستويات التسلية والترفيه والاستهلاك. وكان اختيارنا لهذا المفصل - الرياضة وابطالها - مبنيا على ملاحظاتنا الأولية التي استشعرت اهتماما بارزا من قبل الشباب بالرياضة وعالمها ضمن ثقافة التسلية والاستهلاك السائدة في المجتمع بشكل عام.

ولا بد من الاشارة هنا الى جانب من فرضياتنا المتعلقة بانخراط الطلاب عموما في اشكال مختلفة من ثقافة الاستهلاك والتسلية وهي وإن اختلفت في الشكل فإنها لا تختلف كثيرا في المضمون فهي تنتمي لنفس النوع.

السؤال الثاني، وجاء على الصيغة التالية: أحترم الكثير من نجوم ونجمات السينما والتمثيل وأعتبرهم نماذج تمثل غاية النجاح في الحياة.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
2	أحترم الكثير من نجوم ونجمات السينما والتمثيل وأعتبرهم نماذج تمثل غاية النجاح في الحياة .	2.39	متوسط

وقد بلغ المتوسط الحسابي للاجابات على هذا السؤال 2.39 وهي نسبة تقع في خانة المتوسط وتشير الى ميل باتجاه عدم الموافقة وهي لا تبتعد عن الخانة المنخفضة سوى ببضع نقاط. ونحن على كل حال لا نعتقد ان هذه النسبة تعكس الواقع بشكل دقيق. وهو ما لمسناه في المقابلات فالمشكلة تكمن في كلمة (أحترم) وهي ما دفع معظم الأفراد للنظر الى المسألة من منظور

اخلاقي ..فالفكرة الراسخة لدى الكثيرين عن ارتباط النجومية والتمثيل بالسقوط الاخلاقي. وقد لمسنا نوعا من التناقض في موقف معظم الطلاب تجاه نجوم التمثيل والسينما . فمن جهة هم يحبونهم وللكثيرين منهم نجومهم المفضلة ويعتبرونهم قد حققوا نجاحا كبيرا في الحياة فهم اثرياء ومشهورون وهو شئ جميل بنظر الطلاب، ومن الجهة الأخرى يعتبرونهم من الخارجين على المايير الاخلاقية، وأما الوجه الآخر الذي برز، فهو أن النسبة تعكس اتجاها واحدا من الاتجاهات المتعددة نحو الاعجاب بالنجومية، فالبعض ابدى اعجابه بنجوم الكرة والرياضة والبعض يبدي اعجابا اكبر بنجوم الغناء والموسيقى، والبعض يبدي اعجابا بنوع آخر من النجوم، وهم نجوم الشاشات من شيوخ الدين، وكل هذه العوامل ربما تفسر الى حد بعيد تدني نسبة الموافقة على السؤال.

وعلى كل حال فقد ركزنا من خلال المقابلات على تفسير ظاهرة الاعجاب الشديد ببعض نجوم التمثيل المشهورين التي يمكن ملاحظتها على اشكال مختلفة من السلوك من مثل احتفاظ البعض بصور لبعض الممثلين والممثلات الذين اشتهرو في المسلسلات التركية ومتابعة اخبارهم. وحتى تقليدهم في اللباس وقصات الشعر واعتبارهم نماذج تحتذى على هذا الصعيد. وقد كنا نلاحظ ايضا ان بعض هؤلاء الممثلين شكلوا ظاهرة يتم مطاردتها او استقبالها من قبل حشود من المعجبين الشباب في المطارات او الأماكن العامة. وكان الانطباع الذي خرجنا به ان الكثيرين يكنون حبا كبيرا واعجابا شديدا ببعض النجوم وربما يعتبرونهم مثلا يحتذى بل ان البعض ربما يحلم على المستوى الشخصي لو انهم يستطيعون تحقيق مكانة مشابهة من الشهرة والثروة. ولكن كان هناك مشكلة تتعلق باحترامهم بالمفهوم الاخلاقي الذي اشرنا اليه سابقا والصورة التي تكونت لديهم عن حياة هؤلاء الشخصية وما يحيط بها من شائعات وقصص.

ما اردناه من خلال هذا السؤال بصيغته الواردة في الاستبيان يتعلق بالدرجة الاولى بقياس مدى اعجاب الطلاب بنجوم الدراما والسينما واعتبارهم نماذج تحتذى وقياس مستويات الاعجاب تلك كاتجاه من الاتجاهات الموجودة لدى الشباب عموما والتي يمكن تصنيفها ضمن الاجاهات الاستهلاكية او الموجهة للتسلية. وهو امر نستطيع ربطه ببعض جوانب فرضياتنا المتعلقة بدور وسائل الاعلام وما تطرحه من امثلة وقيم ونماذج ومدى استجابة الطلاب وتمثلهم لذلك وانعكاسه على منظوماتهم ومعاييرهم ونظرتهم لذاتهم وحتى سلوكهم. وربما لم يفلح الاستبيان في قياس هذا التوجه بشكل دقيق ولكن المقابلات بينت ان هذه النماذج تلعب دورا كبيرا في تحديد انماط التوجه الفكري والسلوكي لدى افراد مجتمع البحث.

السؤال الثالث، وجاء على الصيغة التالية : أنا معجب بشكل كبير بالكثير من نجـوم ونجمـات الغناء واتمنى لو كنت نجما مثلهم.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
3	أنا معجب بشكل كبير بـالكثير مـن نجـوم ونجمات الغناء واتمنى لو كنت نجما مثلهم .	2.19	منخفض

لقد سجلت الاجابات على هذا السؤال ادنى متوسط حسابي بين اسئلة هذا المحور وهي 2.19.

والحقيقة ان جانبا كبيرا مما ينطبق على السؤال السابق ينطبق ايضا على هذا السؤال. فقد بينت المقابلات من لا يعلقون احلامهم وافكارهم حول نجوم الغناء ليس بالضرورة انهم يعلقونها على طموح باتجاه العلم او التحصيل الاكاديمي او الفكري. وإنما قد يعلقونها على شـكل آخـر مـن النجومية، فالشباب مثلا اكثر ميلا لنجوم الكرة وقد صرح البعض بذلك قائلا، كل انواع الـشهرة هي كلام فارغ اذا ما قورنت بمشاهير كرة القدم، انظر الى بيليـه او مارادونـا رغـم العقـود الطويلة هم اكثر من اساطير في عالم الكرة. وبعض الصبايا لهن حلم بالتمثيل، فإحداهن قالـت انها كانت تحلم ان تحقق نجومية في عالم التمثيل لكنها الآن تراه حلما صعب التحقيق، وان مثلها الاعلى في ذلك هو الممثلة الاردنية صبا مبارك. البعض صرح بأنه يحسد نجوم الغنـاء علـى مكانتهم وشهرتهم.

لقد غطت الاسئلة الثلاث السابقة جانبا مهما من هذا المحور وهو ذلك الجانب المتعلـق بحجـم ونوع تأثر الأفراد بثلاثة انماط النجومية التي تنشغل في صناعتها وسائل الاعلام. وقد بينـا ان هذه الاتجاهات من قبل الطلاب رغم وقوعها في خانة المتوسط والمـنخفض إلا انهـا سـجلت متوسطات حسابية يمكن جمعها للحصول على متوسط حسابي واحد يعكس الاتجاه العام نحو هذه الاشكال من النجومية لدى الطلاب. وهذا امر برز بشكل اوضح من خلال المقابلات، فـالطلاب عموما لهم انشغالاتهم بهذه الاتجاهات من الاهتمام. ويتفاوت حجم هذا الانشغال من ميدان الـى آخر ولكنها جميعا لا تتعارض مع الفرضية القائلة بأن وسائل الاتصال تلعب دورا كبيـرا فـي تحديد اتجاهات وانماط تفكير واهتمامات افراد مجتمع البحث من خلال ترويجها لاشكال متنوعة من المثل والابطال والنماذج في مجالات الرياضة والتمثيل والغناء وغيرها من المجالات التـي تقع ضمن اطار ثقافة التسلية والترفيه اوالثقافة الاستهلاكية.

السؤال الرابع، وقد جاء على الصيغة التالية: أعتبر ان المظهر الخارجي للانسان ولباسه يعكس شخصيته من الداخل.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
4	أعتبر ان المظهر الخارجي للانسان ولباسه يعكس شخصيته من الداخل .	2.56	متوسط

وقد سجل المتوسط الحسابي للاجابات على هذا السؤال 2.56، وهو يقع في خانـة المتوسـط، ويشير الى ان نسبة ليست بالكبيرة من الطلاب تعتبر ان المظهر الخـارجي للانـسان ولباسـه يعكس شخصيته من الداخل. وقد اردنا من خلال هذا السؤال استقصاء مدى ما يمثلـه المظهـر الخارجي كشكل من اشكال ثقافة الاستهلاك من اهمية بالنسبة للطلاب. هل يحكمون على الناس من خلال مظهرهم الخارجي حيث ينص السؤال على مفصل مهم وهو ارتباط شخصية الانسان وتكوينه الداخلي بمظهر بارز من مظاهر استهلاكه وهو لباسه.

ومرة أخرى فقد بينت المقابلات نسبة اكبر من الطلاب ممن يتبنون هذه القاعـدة، وقـد بينـت المقابلات ان الطلاب يؤمنون بأن اللباس وطريقته وما يعرف بـ (الستايل) هو بمثابة المدخل لشخصية الانسان بحسب رأي الكثيرين منهم (فاللباس طريقة تفكير، وطريقـة التفكيـر هـي شخصية الانسان).

ما اردناه من هذا السؤال هو استطلاع توجه عام لدى الطلاب يقـيم اهميـة كبيـرة للمظهـر الخارجي ضمن معايير معينة غالبا ما تتكون بتأثير وسائل الاتصال ونمط الثقافـة الاسـتهلاكية التي ترسخها في طرق تفكيرهم، فالبعض ابدى مؤشرات واضحة على انه يحكم على الآخـرين من طريقة لباسهم ومدى مطابقة هذا اللباس لـ (الستايل) العام. وهـذا الـستايل يعبـر عـن مجموعة من المعايير التي تتغير بتغير انماط الموضة وما تروج له وسائل الاعلام من تقليعـات وصرعات في هذا الميدان.

السؤال الخامس، وجاء على الصيغة التالية: على صعيد الاصحاب والرفقـاء، افـضل دائمـا الاشخاص العصريين الذين يهتمون بأخبار الرياضة والنجوم والموضة ولا احب الاشخاص ذوي الميول التقليدية الجادة.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
5	على صعيد الاصحاب والرفقاء ، افضل دائما الاشخاص العصريين الذين يهتمون بأخبـار الرياضـة والنجـوم والموضـة ولا احـب الاشخاص ذوي الميول التقليدية الجادة .	2.79	متوسط

وقد سجلت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا متوسطا هو 2.79، وهو يعبر عن اتجـاه متوسط القوة نحو الموافقة على هذه القاعدة التي وردت في السؤال . وهو يشير الى ان الكثيـر من الطلاب يحددون علاقاتهم مع الآخرين على ضوء ما يبديه الآخرون من ميل باتجاه الاهتمام بأخبار الرياضة والنجوم والموضة. وهم لا يكتفون بذلك وإنما لا يرغبون باقامة علاقـات مـع اشخاص يعتبرونهم تقليديون وذوي ميول جادة.

والحقيقة ان المقابلات اوضحت هذا الاتجاه بصورة اكثر وضوحا وتفصيلا، فنسبة تتجاوز هـذه النسبة يجذبها مظهر الانسان العصري عموما، وهي تحكـم بنـسبة كبيـرة علـى شخـصيته واهتماماته من خلال مظهره، وكلمة عصري لها نفس المعنى بالنسبة للغالبيـة العظمـى مـن الطلاب ، فالانسان العصري هو من يكون ذوقه في اللبس عصري. وهو من يتصرف بطريقـة عصريه وله اهتمامات عصرية وكلها تصب في نفس البوتقة. فالاهتمام بقراءة الكتب ومتابعـة الكثير من الأمور الجادة كأن يهتم الانسان بالفلسفة اوالادب مثلا او حتـى بالـسياسة بمعناهـا الفكري والايدلوجي لا يمكن اعتبارها تصرفا عصريا. عصري يعني (ستايل) وهذه تعني في الغالب شخصا يتابع الاهتمامات العامة الأكثر شيوعا. وهي اهتمامات من الواضـح ان وسـائل الاتصال الحديثة لعبت في صياغتها دورا حاسما. مثلا متابعة مباراة كرة قدم ربمـا لا تكتمـل بدون كولا او شيبس او هامبرغر او فرايد تشكن، وبدون تلفزيون حديث. وكل جزء مـن هـذه الصورة يستدعي الأجزاء الأخرى. انها حالة استهلاكية واحدة، ثقافة استهلاكية مدمجـة. هـذه الصورة تتكرر في الاعلانات والدعايات لأي منتج من المنتجات المذكورة، وجميعها يتم تحميلها على بعضها البعض. انها تتكرر في الدعاية للتلفزيون الحديث او كيس الـشيبس او الكـولا او البرغر وغيرها. انها لغة متكاملة تشمل حتى المفردات التي يستخدمها الجمهور لوصف المباراة او اللاعبين.

السؤال السادس، وجاء على الصيغة التالية: حتى يكون الانسان عصريا فيجب ان يتابع كل ما يستجد على صعيد الموضة والزينة والمقتنيات الشخصية الحديثة.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
6	حتى يكون الانسان عصريا فيجب ان يتابع كل ما يستجد على صعيد الموضة والزينة والمقتنيات الشخصية الحديثة .	2.79	متوسط

وحصلت الاجابات على هذا السؤال على الترتيب الأول بين المتوسطات الحسابية في هذا المحور وحققت 2.79، وهي تقع ضمن خانة المتوسط ، وتشير الى ان هناك اتجاه وازن للموافقة على هذه المقولة. فنسبة لا بأس بها تعتقد ان الانسان حتى يكون عصريا فيجب ان يتابع كل ما يستجد على صعيد الموضة والزينة والمقتنيات الشخصية الحديثة. وهنا يرتبط مفهوم العصرية بأذهان الشباب مع مظاهر الاستهلاك الابرز كاتباع ما يستجد من نماذج جديدة في اللبس والمظهر وهذا يشمل قائمة طويلة من التفاصيل، فقصة الشعر وتصميم الحذاء والالبسة وحتى تصميم حجاب الرأس لدى الصبايا وحتى الاكسسوارات كلها تحمل لغة معينة يجب ان تراعى. وكل هذه الاشياء يبدو انها تحدد بصورة او بأخرى مدى ما يتضمنه اي شخص من العصرية.

وقد أكدت المقابلات هذا التوجه وأظهرت ميلا يفوق هذا المتوسط الحسابي، وقد لفت نظري ان الكثير من الطلاب يربطون بشكل آلي بين التطور والعصرنة واللباس، فإحداهن قالت: "نحن مجتمع متطور ويجب ان نراعي التطور في لباسنا وطريقتنا في الحياة". بينما لا يبدو لي ان الكثيرين منهم يربطون بين التطور او العصرنة وبين الانجاز العلمي والسلوك الملتزم بالقانون وغير ذلك. كثيرا ما وردت على السنة الطلاب العبارة التالية: "يجب ان لا يكون الانسان متخلفا عن عصره، وان يتابع كل ما يستجد على صعيد اللبس والمظهر". وقد راعت بعض الاجابات ان لا يكون الانسان مفرطا الى درجة الهوس في ذلك ولكن اللبس هو مظهر من مظاهر التطور. وقياسا على هذه القاعدة فقد يبدو متخلفا اي انسان يلبس اللبس التقليدي مثلا. والبعض قال ان اللباس هو شئ مفروض من قبل المجتمع وليس بمقدور الفرد ان يقرر ما يلبس او كيف يظهر. وهي فكرة صحيحة الى حد بعيد . ولكن المجتمع بمفهومه التقليدي لم يعد يقرر شكل وتصميم اللباس لأفراده. وربما فقد هذه القدرة منذ عقود طويلة من الزمن. ان من يقررها الآن قوة ناعمة خفية تمارس سلطتها من خلال التسرب الى منظوماتنا الثقافية والفكرية والقيمية.

وهذه السلطة لم تعد بيد المجتمع وإنما بيد كبريات الشركات ودور الازياء والعطور والزينة على مستوى العالم. ربما هي كريستيان ديور او شانيل او فرساتشي او سان لوران او بوغـاتي او غيرها. انها من يحدد معايير اللون وتصميم الملابس وطرق العناية بالبشرة والعطـر وقـصة الشعر وشكل الحذاء وحقيبة اليد وغيرها. ان من يقرر كل ذلك هو شكل من الثقافة الاستهلاكية التي روجت لأنماطها واشكالها وسائل الاتصال والميديا.

وعموما فإن هذا السؤال والسؤالين السابقين يرتبطان بجوانب متعددة من فرضيات هذا البحث، خاصة تلك المتعلقة بدور وسائل الاعلام على صناعة القيم الجمالية والسلوكية كجزء من الثقافة السائدة. وأن وسائل الاعلام تركز على شكل واحد من الآليات التي تخدم المنـتج أكثـر مـن المستهلك. فهي تميل الى تسطيح الثقافة وتنميط اشكالها وتشتيت الـوعي وصـرفه فـي كـل الاتجاهات التي تخدم فكرة الاستهلاك وتحض عليها. انها صناعة الثقافة التي تحدث عنها كـل من ادورنو وهوركهايمر وماركيوز. وقد حاولنا في هذا المحور طرح بعض جوانب هذه الثقافة والاضاءة عليها من خلال رصد بعض انماطها الاكثر شيوعا وجماهيرية لـدينا فـي اوسـاط الشباب ضمن منظومة يبرز فيها الشكل الاستهلاكي او ما يعرف بثقافة التسلية والترفيه.

3-التحليل العام للمحور الخامس : المكونات الثقافية الأخرى لدى الطلاب

من المنطقي والطبيعي افتراضنا المبدئي ان وسائل الاعلام لا تعمل منفردة وانها لا تكتب علـى صفحة بيضاء، فوسائل الاعلام كانت وما تزال تعمل ضمن تكوين ثقـافي معقـد يـستند الـى مؤسسات وتنظيمات اجتماعية وثقافية منها التقليدية ومنها الحديثة وجميعها لا تزال تعمل بأدوار متفاوتة القوة على صياغة التكوين المعرفي والثقافي للافراد.

لقد حاولنا في هذا المحور ان نستطلع بعض ملامح المكونات الثقافية الاخرى التي ساهمت فـي بناء المنظومات المعرفية والثقافية للطلاب بعيدا عن وسائل الاتصال ودورها الذي افترضـناه. وذلك بهدف تحديد حجمها ونوعها وآليات وانماط تأثيرها وعلاقة التوجهات التي يتبناها الطلاب تحت تأثير هذه المكونات ضمن محاولتنا العامة لاستقراء حجم ودور وسائل الاعلام في صياغة التكوين الثقافي ـ السلوكي لديهم في ظل الدور الذي تلعبه هذه المكونات.

الفكرة الاساسية من نقاشنا في هذا المحور تتركز حول استقصاء جميع العوامل والعلاقات التـي ساهمت في صياغة ابرز التوجهات التي ينخرط فيها الشباب الى جانب العوامل والعلاقات التي صاغتها وسائل الاعلام في تكوين اتجاهاتهم واهتماماتهم المتنوعة. وقد رأينا ان استقصاء هـذه العوامل سوف يساهم في مزيد من العزل والتحديد لماهية الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام في تشكيل الانماط الثقافية والاتجاهات والاهتمامات التي ناقشناها في المحاور السابقة. ولـذلك فقـد

حاولنا ان نطرح مجموعة من الاسئلة التي تناقش طبيعة التكوين الثقافي الاساسي للطلاب ضمن ما صاغته مؤسسات مختلفة شملت الاسرة وما اطلع عليه الطلاب من قراءات ومضامين ثقافية عامة من خارج الميديا سواء في ايام الدراسة او بفعل تأثير الأهل والعشيرة ومدى ما قدمته من نماذج وامثلة ومدى تأثيرها في التكوين المعرفي والثقافي للطـلاب وصـولا الـى الاحـزاب كمؤسسات حديثة تعمل في اطار صياغة الوعي العام والمشاركة علـى الـصعيد الاجتمـاعي والسياسي.

ويبقى ان نذكر هنا اننا لن نخوض عميقا في تفكيك هذه المكونات ولكننا سوف نحـاول رسـم صورة تستطلع اهم ملامحها واحجامها في التكوين المعرفي لأفراد مجموعة البحث.

السؤال الأول، وجاء على الصيغة التالية: قرأت الكثير من الكتب التي تبحث في الشئون الفكرية والسياسية والعلمية المختلفة.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
1	قرأت الكثير من الكتب التي تبحث في الـشئون الفكرية والسياسية والعلمية المختلفة .	2.93	متوسط

حققت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا مقداره 2.93، وهو يقع ضمن خانة المتوسـط ويشير الى ان نسبة لا بأس بها من الطلاب قرأت الكثير من الكتب الفكرية والسياسية والعلميـة المختلفة. والحقيقة اننا نعتقد ان هذه النسبة مبالغ فيها بشكل كبير. وهو ما أظهرتـه المقـابلات بشكل واضح ، فالمقابلات بينت ان الطلاب ليس فقط لا يقرأون الكتب الجدية، بل أن لدى نسبة كبيرة منهم ما يشبه الاحجام الكلي عن القراءة، وقد علق البعض بأن الكتب لا تحتـوي سـوى الكلام الفارغ ليس إلا. البعض قال انه بالكاد كان يقرأ المناهج المقررة. والبعض الآخـر قـال لماذا نقرأ وكل شئ يمكن ان تشاهده على شكل فلم سينمائي او وثائقي مثلا. فبدلا من ان تقـرأ عن صلاح الدين يمكنك مشاهدة الفيلم او اذا اردت ان تتعرف على هتلر فعليك ببعض الافـلام الوثائقية. البعض قال انه فقد اي اهتمام بالقراءة غير المنهجية لأن ذلك لم يعد مما يثير اهتمـام الآخرين. انت تقرأ ولا احد يستمع اك فالكل منشغل بالرياضة هذه الأيام. وإجمالا فإن الـصورة التي عكستها المقابلات في اعتقادي هي الصورة الأكثر واقعية والتي يمكن تلمسها ببساطة مـن

خلال الملاحظة العامة لأحوال الطلاب خاصة وأنني أعمل في مجال التدريس الجامعي ولدي بعض الخبرة الخاصة بهذة الحقيقة.

وأما متوسطات الاستبيان فقد توقعنا منذ البداية ان لا تعكس جميع الأجابات حقائق قريبة من الواقع ولذلك فقد آثرنا الدمج بين منهجي الاستبيان والمقابلة لتلافي مثل هذه الاشكاليات، اننا لم نكن نعول كثيرا على اسئلة الاستبيان في كشف الكثير من الحقائق والوقائع المتعلقة ببعض العناصر والمتغيرات والعلاقات الداخلة في تكوين فرضيات البحث ومعادلاتها. وفي تقديرنا ان هناك عدة اسباب ربما لعبت دورا في تركيب هذه الاشكالية، وليس المجال لشرحها او الاستفاضة في تحليلها ولكننا نعتقد ان من بينها ان افراد مجتمع البحث لا يتحلون بالصدق اللازم والموضوعية المطلوبة للاجابة بكل صراحة وتلقائية على الكثير من الموضوعات خاصة الموضوعات التي يقدرون انها حساسة ، سياسية كانت او اخلاقية او شخصية. والسبب الثاني يتعلق باشكالية فهمهم للكثير من الاسئلة التي حرصنا على ان تكون واضحة ومفهومة من قبل الجميع . وهذه الاشكالية برزت لدينا على شكل فهم متعدد أو جزئي متسرع للكثير من المفاهيم مثل قولنا فكري او سياسي او ثقافي، قومي اسلامي تعددي علماني، وهذه القضية يمكن ارجاعها الى ضعف واضح في الثقافة العامة لدى نسبة كبيرة من الطلاب.

وعموما فما أردناه من السؤال هو تحديد جانب من القاعدة المعرفية الموجودة لدى الطلاب والمتعلقة بمدى القراءة والاطلاع العام من خلال الكتب الثقافية العامة، ويمكننا القول ان هذا الجانب هو ضعيف بشكل واضح. فالقراءة والاطلاع العام ليس من ضمن اهتمامات الطلاب ولا يشكل حجما متماسكا في تكوينهم المعرفي. وهو امر له علاقة ببعض القضايا التي افترضناها في هذا البحث.

السؤال الثاني، وجاء على الصيغة التالية: نشأت في اسرة مهتمة بالشأن الفكري والأدبي والسياسي ولذلك فأنا اهتم بهذه الموضوعات.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
2	نشأت في اسرة مهتمة بالشأن الفكري والأدبي والسياسي ولذلك فأنا اهتم بهذه الموضوعات .	3.12	متوسط

وبلغ المتوسط الحسابي للاجابات على هذا السؤال 3.12، وهو يقع ضمن خانة المتوسط ، ويشير الى ان نسبة تميل الى فوق المتوسط توافق على انها نشأت في اسرة مهتمة بالشأن

الفكري والأدبي والسياسي وهم لهذا السبب يهتمون بهذه الموضوعات. ونحن نعتقد ان النـسبة الأقرب للواقع هي اقل من هذه النسبة. وهو امر بينته مرة ثانية المقابلات، فقد توضح ان معظم الطلاب يعيشون في ظل اسر لا تهتم بشكل واضح بهذه الشئون، فغالبية الطلاب قالوا ان اسرهم تهتم باليومي والمعاش واحتياجات البيت والمصروف والخلافات التي تنشأ بين الأولاد اكثر من اهتمامها بهذه القضايا، البعض علق قائلا ربما والدي يشتري بعض الكتب ولديه الكثير منها لكنه لا يقرأها. البعض قال ان اخواله هم من رجال الدعوة وانهم يـزودون الاسـرة بـالكثير مـن الكتيبات الخاصة بالادعية والاحاديث. البعض قال ربما اعمامي يهتمون بهذه الشئون لكنهم الآن يعيشون خارج المملكة.

ويتبين لنا ان هذا الجانب ايضا من مكونات القاعدة المعرفية هو ضعيف وغير متماسك بـشكل واضح، فمعظم الأسر منخرطة بالهموم اليومية والمعاشية ومن يهـتم بـاليومي فـإن اهتمامـه وانشغاله سوف يتجه نحو ثقافة الاستهلاك بشكل آلي وتلقائي. وقد بينا في بعض فرضياتنا لهـذا البحث ان جزئا من سياسة إغراق الجماهير بثقافة الاستهلاك ينعكس على اشكال متنوعـة مـن الاهتمامات التي غالبا ما تكون قصيرة المدى، وأن التركيز عليها يصبح جزئا من الحاجات التي لا يمكن الاستغناء عنها لدى نسبة كبيرة من الجماهير.

السؤال الثالث، وجاء على الصيغة التالية: زاد وعيي بالكثير من القضايا السياسية والفكرية فـي المدرسة التي درست فيها بسبب اهتمام المدرسين والمناهج بهذه المواضيع.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
3	زاد وعيي بالكثير من القضايا السياسية والفكرية في المدرسة التي درست فيهـا بـسبب اهتمـام المدرسين والمناهج بهذه المواضيع .	3.06	متوسط

وجاء المتوسط الحسابي للاجابات في خانة المتوسط مسجلا 3.06، وهو ما يشير الى ان نـسبة وازنة من الطلاب اجابوا بالموافقة على ان وعيهم بالقضايا الفكريـة والـسياسية قـد زاد فـي المدرسة بفعل اهتمام المدرسين والمناهج بهذه الميادين. وأما المقابلات فقد برهنت مرة أخـرى ان الواقع يحوم حول متوسط اقل من هذا المتوسط بكثير، فالغالبية العظمى ممن ناقشناهم افادوا بأن المدرسة كانت مكانا لدراسة المناهج فقط، وأن الجو العام لم يكن يحفل بـأي نـشاط فـي الميادين المذكورة في السؤال، لا من المدرسين ولا من المناهج ولا من زملائهم الطلاب.

وأما ما نميل الى الاعتقاد به فيتمثل في ان المدارس لم تلعب اي دور ملحوظ في هذه الميـادين الواردة في السؤال، فقد بقيت تمارس دورها التربوي التقليدي بعيدة عن ان تمارس اي دور غير منهجي في التوعية او التثقيف السياسي أو الفكري الحر. وهو ما يتفق مع بعض ما افترضـناه سابقا حول افتقار الطلاب في الاساس لأي بنية معرفية صلبة في هذه الميادين بسبب سـيطرت فكرة التربية بمفهومها المحافظ على اهم المؤسسات التي تلعب دورا كبيرا في بناء المنظومات المعرفية لدى الافراد وهي المدارس.

السؤال الرابع، وجاء على الصيغة التالية: أعتبر أن الكثيرين من افراد اسرتي وعشيرتي الكبار يمثلون قدوة لي ومثلا أعلى في حياتي.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
4	أعتبر أن الكثيرين من افراد اسرتي وعـشيرتي الكبار يمثلون قدوة لي ومثلا أعلى في حياتي .	4.45	عالي

وقد حققت الاجابات على هذا السؤال اعلى متوسط حسابي بين المتوسطات الـواردة فـي هـذا المحور، وتقع ضمن خانة العالي بواقع 4.45، وهو ما يشير الى اتجاه قـوي بالموافقـة علـى مضمون السؤال. والحقيقة ان ما اردناه من هذا السؤال هو قياس مدى ارتباط الطلاب ببيئـتهم المحلية من الناحية الثقافية. وهل ما يزال الطلاب يستمدون مثلهم العليا وقدوتهم في الحياة مـن محيطهم المحلي، من بين افراد عائلاتهم وعشائرهم. وقد جاء المتوسط عاليا في حين اننا نميـل الى الاعتقاد بأن الكثيرين من الطلاب لم يأخذوا السؤال كجملة مترابطة ذات معنى. وأنهم اجابوا عليه بشكل آلي، فمن العيب ان لا يحترم الانسان كبار عائلته ويعتبرهم مثلا وقدوة.

ولكن هل ما تزال هذه الصلة بين الأفراد وبيئتهم الثقافية المحلية تتمتع بمثل هذه القوة، وهل مـا تزال علاقة الاجيال ببعضها تقوم على التقدير العالي والاحترام واتخاذ القدوة والمثل. الحقيقة ان هذا من الاسئلة التي يمكن ان يستغرق بحثا كاملا للاجابة عليه بشكل كامل. ولكننا حاولنا هنا ان نلقي بعض الضوء على طبيعة هذه العلاقة التي كانت تدخل في صميم التكوين المعرفي للأفراد في المجتمع التقليدي القديم. وأما المجتمع الحديث فأي هامش تشغله هذه العلاقة. هـل لا يـزال الانسان يتأثر بثقافته المحلية التقليدية ويسعى لكي يحقق ذاته من خلالها وأن يتخذ من شخصياتها ابطالا ومثلا ونماذج تحتذى. ام ان ثقافة الافراد اصبحت تميل باتجاه العولمة ومثلها وأبطالهـا. في الماضي كانت الثقافة المحلية هي التي تصوغ الانسان وشخصيته واتجاهاته واهتماماته. واما

اليوم فهل تلعب وسائل الاتصال الحديث دور الوسيط بين الانسان وبين ثقافة عابرة للحدود والجغرافيا.

وبرغم المتوسط العالي الذي حققه السؤال إلا ان ما وجدناه في المقابلات يعبر عن توجه مختلف، وبصورة اكثر دقة فقد ابدى الكثير من الطلاب انه يحترم فلانا او فلانة من اسرته مثل ابيه او امه ولكنه لا يعتبرهم ابطاله المثاليين، فأبطاله غالبا من خارج السياق الاجتماعي المحلي، هم رياضيين احيانا او من المشاهير. هم ممثلون عالميون او شخصيات مشهورة او نجوم دراما وغناء ..أو حتى من شيوخ الفضائيات.

وبالنسبة لنا فإن ملمحا من ملامح ثقافة الطلاب واتجاهاتهم باتت واضحة في هذا المفصل تحديدا، وهي جزء مما افترضناه في فرضياتنا لهذا البحث، فافراد مجتمع البحث خرجوا من تحت عباءة الثقافة المحلية التي كانت تشرف على بنائها الاسرة والعشيرة والقرية او الحي الذي يعيشون فيه. لقد مكنتهم وسائل الاتصال الحديثة من تجاوز هذه الحدود. فبعد ان كانت الثقافة التقليدية تعيد بناء نفسها من خلال الأجيال المتتابعة، كسرت ثقافة المجتمع الحديث هذه السلسلة ولم يعد للثقافة التقليدية هذا الدور وأخذت مكانها للثقافة العابرة للحدود، لم تعد الأجيال المتتابعة تكرر نفسها داخل اطار ثقافي واحد. وبالطبع تبرز هنا وسائل الاتصال الحديث كماكنة جبارة تعيد صياغة الانماط الثقافية ضمن معايير مختلفة وضمن اشكال واتجاهات غريبة وذات سمات بعيدة كل البعد عن اشكال الثقافة التقليدية.

السؤال الخامس، وقد جاء على الصيغة التالية: لدي صلات قوية بقادة احزاب ووجهاء وشخصيات من مجتمعي المحلي وانا معجب بشخصياتهم وأدائهم.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
5	لدي صلات قوية بقادة احزاب ووجهاء وشخصيات من مجتمعي المحلي وانا معجب بشخصياتهم وأدائهم .	2.74	1.28	متوسط

حققت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا بلغ 2.74، وهو يقع ضمن خانة المتوسط وهو اقل متوسط حسابي بين اسئلة المحور جميعا. وهو يشير الى ان نسبة متوسطة تحتفظ بصلات قوية بقادة احزاب ووجهاء وشخصيات من المجتمع الذي يعيشون فيه وأنهم معجبون بشخصياتهم وأدائهم، وقد حاولنا هنا كما في السؤال السابق ان نقيس مدى ارتباط الفرد بالمستوى السياسي

والاجتماعي ضمن مجتمع الافراد ومؤسساته بمفهومها الحديث والقديم. وما هي طبيعة الـصلة التي تربط الطلاب بما يدور من انشطة على الساحة السياسية والاجتماعية في المجتمـع الـذي يعيشون فيه. ونحن نقدر ان قوة مثل هذه العلاقة قد تعطي دلالة قوية علـى وجـود مؤسـسات مجتمعية متنوعة الاشكال لا تزال تلعب دورا في بناء المنظومة المعرفية للافـراد مـن خـلال شخصيات قيادية سياسية واجتماعية تمارس دورها الفاعل في التأثير على الافـراد وتوجهـاتهم واهتماماتهم على المستويات الفاعلة والجادة في المجتمع. وقد بين الاسـتبيان أن هـذه العلاقـة ليست قوية بما فيه الكفاية.

وأما المقابلات فقد كشفت تهافتا كبيرا لمثل هذه العلاقة المفترضة، فالعلاقات على هذا الـصعيد هي ضعيفة ، ومحدودة للغاية، فهي غير موجودة في الغالب وإن وجدت لا ترقى الى مـستوى التأثر والإعجاب بمثل هذه الشخصيات، بعض الطلاب قال ان لي علاقة بهذا المـسئول او ذاك من اقاربي وعندما كنت اقصده في الملمات وعند الحاجة فقط لحلحلة بعض المشاكل او التوسط لي هنا وهناك ولا تتعدى العلاقة هذه الحدود. الطالبات لا يحتفظن بأي علاقة من هـذا النـوع لأسباب متنوعة، وتبين ان الكل مجمع على ان مثل هذه الشخصيات غير موجودة فـي حيـاتهم بالمعنى الواضح، اي بمعنى وجود صلات قوية تلعب فيها هذه الشخصيات دور الموجه والمعلم او تمارس تأثيرا على معارف الشباب واهتماماتهم وتوجهاتهم او تساهم بأي شـكل فـي بنـاء منظوماتهم المعرفية على المستوى السياسي او الفكري او الاجتماعي العام. وعموما فـإن هـذا السؤال يرتبط بنفس السياق السابق الساعي للبحث عن اي علاقة اوليـة تـدخل فـي تكـوين منظومات الطلاب المعرفية وتمارس اي دور فيها. وهو ما يرتبط بفرضـياتنا الـسابقة حـول المجتمع الحديث ودور وسلطة وسائل الاعلام في تغريب الافراد عـن محـيطهم الاجتمـاعي واستقطابهم ضمن سياقات اغترابية الطابع ولا ترتبط بشكل وثيق بواقـع حيـاتهم ومـشكلاتهم الحقيقية فيها على المستوى السياسي والفكري والاجتماعي.

الفصل الخامس :

التحليل العام للمحاور :السادس والسابع

1- التحليل العام للمحور السادس

2- التحليل العام للمحور السابع

1- التحليل العام للمحور السادس : مستوى الثقة بوسائل الاعلام.

لقد افردنا لموضوع مستويات الثقة بوسائل الاعلام محورا كاملا يضم احد عشر سؤالا حاولت ان تتلمس اهم جوانب علاقة الطلاب بوسائل الاعلام من ناحية مدى ادراكهم لعمل هذه الوسائل ووعيهم بخلفياتها السياسية والفكرية والثقافية، وتناول المحور الجانب المتعلق بطبيعة تعامل هؤلاء الطلاب من زاوية حجم الثقة أو الشك الذي يبدونه تجاه وسائل الاعلام المختلفة وما هي المحاذير التي تضبط ايقاع تعاملهم مع هذه الوسائل. وكنا قد توجهنا بسؤال جامع حول موضوع الثقة في المحور الأول ولكننا ربطناه حين ذاك باسئلة المحور الأول التي تناولت طبيعة التعرض لوسائل الاعلام وحجم الدور الذي يلعبه متغير الثقة بهذا التعرض في حجمه وانماطه. وأما في هذا المحور فقد حاولنا الغوص اكثر وتفكيك عناصر هذه الثقة واحجامها النسبية وملامحها المختلفة وأهم متغيراتها وعلاقاتها الداخلية والخارجية وكل ذلك في سياق سعينا لإلقاء الضوء على اهم ملامح العلاقة بين الافراد ووسائل الاعلام وطبيعة تأثيرها في الجماهير.

لقد تناول هذا المحور مسائل الثقة بالأخبار السياسية وحجم القناعة بأنهم يعيشون في عصر تتمتع فيه وسائل الاعلام بمزيد من الحرية والموضوعية في تداول المعلومات بحرية وديمقراطية، وقناعتهم بأن هذا هو ملمح من ملامح التقدم والتطور بالمعنى الايجابي. وكذلك مدى ثقتهم بمواقع التواصل الاجتماعي وقناعتهم بآثارها الإيجابية على حياتهم خاصة وأنهم يكشفون عليها معظم مواقفهم الايدلوجية والفكرية والسياسية ومعلوماتهم الشخصية ومدى تخوفهم من ان تستخدم اي من هذه المعلومات في غير صالحهم من قبل قبل جهات محلية او عالمية، او أي اجندات ذات ارتباط سياسي. ثم استطلعنا مواقف الطلاب الأكثر عمومية من الفضائيات من ناحية مدى ثقتهم بأنها بأيدي امينة وأنها تعمل لصالحهم من زاوية التوعية وزيادة نسب مشاركتهم وتفعيل ادوارهم السياسية والاجتماعية، ثم استطلعنا مدى ثقتهم بأهم القنوات الاخبارية على الصعيد العربي والمحلي والعالمي.

السؤال الأول وجاء على الصيغة التالية : بشكل عام ، اثق بمصداقية الأخبار السياسية التي تنقلها وسائل الاعلام التي اتابعها .

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
1	بشكل عام ، اثق بمصداقية الأخبار السياسية التي تنقلها وسائل الاعلام التي اتابعها .	2.95	متوسط

وسجل المتوسط الحسابي للاجابات 2.95، وهو يقع ضمن خانة المتوسط، ويشير الى ان نسبة متوازنة توافق على هذه المقولة الخاصة بمصداقية الاخبار السياسية المنقولة عبر وسائل الاعلام التي يتابعونها. وقد خصصنا الأخبار السياسية تحديدا بهذا السؤال لأننا نعلم ان المعلومات السياسية هي من المعلومات الحساسة التي ينالها قسط كبير من التحريف والزيادة والنقصان بسبب خصوصية هذا الميدان وخطورته ومحوريته في لعبة تزييف الوعي العام والتلاعب فيه.
وأما المقابلات فقد لفت نظري ان نسبة من الطلاب زادت ريبتهم وشكهم في الأخبار التي تنقلها القنوات الإخبارية حديثا واما في السابق فيبدو انهم كانوا يثقون بنسبة أكبر بأخبارها، وقد افاد البعض ان الأحداث الأخيرة في سوريا كشفت ان الكثير من وسائل الاعلام انما تعمل لاجندات سياسية ربما لم تكن واضحة في الماضي، ولكن في نفس الوقت لا تزال نسبة وازنة من الطلاب تتابع هذه القنوات بسبب قوتها كما علق بعضهم. اي ليس لمصداقيتها التي انكشفت ولكن لأنها قوية وتبث الخبر باسلوب مؤثر ومثير. وعموما فقد تراوحت مواقف الطلاب من هذا السؤال بين من يثق ثقة عالية بالاخبار التي تبثها الفضائيات التي يتابعونها وبين من يشكك بنسبة عالية بهذه الأخبار ولكنه يتمسك بهذه القنوات لعدم وجود بديل لها يتمتع بنفس قوتها. وقد قال احدهم ان هذه القنوات تجبر الناس على مشاهدتها رغم شكهم فيها.
ولا بد هنا من ربط هذه النتيجة ببعض الفرضيات التي اعتمدناها في هذه الدراسة وخاصة الفرضية التي تفسر ارتباط الناس بوسائل الاعلام على ضوء مدى ما تملك من قوة وإثارة وإمكانات فنية ولو على حساب مصداقيتها وموضوعيتها، وكأن الناس لم تعد تبحث عن الحقائق وإنما عن الاثارة. وهو ما يرتبط جزئيا ببعض المقولات النظرية لبودريارد عن انسلاخ الناس التدريجي عن الواقع واستبداله بالواقع الافتراضي الذي نجحت في فرضه وسائل الاعلام عموما، او تلك المقولات الخاصة بجورج اورويل التي يتناول فيها تلك الحالة التي تنقلب فيها المفاهيم بشكل كلي لدى الناس بعد نجاح الانظمة الشمولية في احلال المعايير الخاصة بها.

السؤال الثاني، وجاء على الصيغة التالية : لدي قناعة بأننا نعيش في زمن اكتسبت فيه وسائل الاعلام الكثير من الحرية والموضوعية في نقل الاحداث حول العالم.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
2	لدي قناعة بأننا نعيش في زمن اكتسبت فيه وسائل الاعلام الكثير من الحرية والموضوعية في نقل الاحداث حول العالم .	3.86	عالي

وقد حققت الإجابات على هذا السؤال متوسط 3.86 وهو يقع في خانة المتوسط العالي، وهذا المتوسط يشير الى ان نسبة عالية من الطلاب لديهم قناعة بأننا نعيش في زمن اكتسبت فيه وسائل الاعلام الكثير من الحرية والموضوعية في نقل الأحداث حول العالم. وربما يعكس هذا السؤال الموقف الحقيقي الذي يتبناه الطلاب من وسائل الإعلام عموما، فهم يعتقدون ان ما يشاهدونه من حالة الانتشار الواسع لوسائل الاعلام انما يعبر عن مزيد من الحرية التي حصلتها هذه الوسائل، وربما يرون في التقنيات العالية التي تستخدمها هذه الوسائل لناحية جودة الصورة والصوت وسرعة النقل انما يعبر عن مظهر من مظاهر الموضوعية التي باتت تتمتع بها.

هذه النسبة تؤكدها المقابلات فقد أفاد العدد الأكبر من الطلاب انهم يعتقدون بأن وسائل الإعلام حققت في العقد الأخير ما لم تحققه سابقا في مجال الحرية حيث اصبحت اكثر جرأة. وأما الموضوعية فنسبة الموافقة عليها اقل لكنهم يقولون ان تعدد وسائل الإعلام اتاح المجال لبعض القنوات والمواقع كي تعرض لنا الصور الحية من موقع الحدث وأن تزودنا بالأحداث الجديدة على مدار الساعة وهو ما يعبر عن موضوعية لا بأس بها.

وربما يطرح لنا هذا الموقف من الطلاب مسألة الفهم السطحي لشروط عمل وسائل الإعلام من ناحية التمويل الكبير والتجهيز الفني العالي اضافة الى الاحتكار والنفوذ المالي والتجاري الذي تتمتع به بعض الجهات المسيطرة على سوق الإعلام العالمي. ولذلك فإن نسبة عالية تخلط بين ما تشاهده من تعدد القنوات والفضائيات والمواقع الالكترونية الى درجة الإغراق وبين مدى الحرية التي تتمتع بها فعلا خارج شروط وجودها في الأساس. فما هو مقدار الحرية الذي تتمتع به اية فضائية مثلا بعيدا عن الشركات او الدول التي تنشئها وتمولها. وما هو حجم الموضوعية الفعلي الذي تتحلى به هذه القنوات في ظل هذه الشروط. وكم من القدرات التنافسية التي تتمتع بها الكثير من المحطات في ظل ضعف الامكانات المالية والسياسية التي تملكها. وقد شاهدنا في

الآونة الأخيرة ان العوامل السياسية لعبت بشكل واضح الدور الحاسم في اسقاط بعض الفضائيات عن الأقمار الصناعية التي تبث من خلالها، في سابقة كشفت هشاشة هامش الحرية المفترضة للبث الفضائي بشكل فاضح. هذا اضافة الى ان الخارطة الإعلامية هي في الأساس مختلة بشكل كبير لصالح القوى الاقتصادية والسياسية والرأسمالية العالمية حول العالم. فدولة مثل السعودية أو قطر تمتلك نفوذا اعلاميا في الساحة العربية لا يمكن مقارنته بالنفوذ الذي تمتلكه الأردن مثلا او المغرب والجزائر. وهذا النفوذ يشمل مجالات اعلامية متنوعة منها السياسي والترفيهي والثقافي والرياضي والديني. والمتتبع للفضائيات يدرك ان بعض الدول الغنية تكاد تسيطر على الفضاء الاعلامي العربي بشكل كلي.

لقد اشار تشومسكي الى حركة شهدتها عقود الستينات والسبعينات من القرن الماضي تمثلت في تمدد النفوذ الرأسمالي للشركات الصناعية الكبرى في تلك الفترة وكيف استهدف هذا التمدد وسائل الاعلام المستقلة من صحف وإذاعات ومؤسسات اعلامية في كل من بريطانيا والولايات المتحدة تشكل بمجموعها اكثر من 25000 وسيلة اعلامية، وكان بين هذه الوسائل الكثير من المؤسسات الاهلية الصغيرة والمتوسطة والمحلية في مجالات الاعلام المختلفة. ويوضح تشومسكي ان ثلي الى ثلاثة ارباع هذه الشركات تعرضت في حقبة الثمانينيات للاندماج او الافلاس او التصفية من قبل شركات الاعلام الكبرى في الولايات المتحدة او البنوك او الشركات الصناعية الكبرى مثل ويستنغ هاوس وجنرال الكتريك. وقد شجع على ذلك محاصرة الشركات الكبرى عن طريق تعديل حزمة من القوانين التي كانت تعمل على عدم تركز الملكية والاحتكار مما اضطرها للبيع او الاغلاق (Chomsky ,1988).

وما يعنينا هنا هو القول ان ما نشاهده من تعدد وتنوع إنما يعكس مصالح واحدة وأنه ليس مظهرا من مظاهر الحرية لأن قوانين الرأسمالية لا تعطي الجميع حصة متساوية في الحرية، وأما الموضوعية فإنها لا تقاس بسرعة نقل الخبر وبجودة هذا النقل، فالكثير من الأخبار هي كاذبة ومفبركة ويتم التلاعب بها وفقا للمصالح والرغبات. وهي لا تعكس الحقيقة كما هي على الأرض وإنما كما هي متخيلة وافتراضية وبحجم ما تخدم هذه الجهة او تلك.

موقف الطلاب في هذا السؤال هو مما كنا نتوقعه، وهو ما يتفق مع جانب مما افترضناه في هذا البحث ، فالجماهير عموما لا تعي او تدرك عمل وسائل الاعلام وعلاقاته بالرأسمال والمصالح الاقتصادية والسياسية، وهي غالبا ما تحكم على ظاهر الصورة بدون تمعن وأما حقيقة الأشياء فهي في مكان آخر.

السؤال الثالث، وجاء على الصيغة التالية : فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي لدي ثقة انها تلعب دورا كبيرا في زيادة الوعي لدى الافراد عموما وتزيد من نسب مشاركتهم السياسية والفكرية.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
3	فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي لدي ثقة انها تلعب دورا كبيرا في زيادة الوعي لدى الافراد وتزيد من نسب مشاركتهم السياسية والفكرية.	3.76	عالي

وقد حققت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا بلغ 3.76 ، وهو يقع ضمن متوسطات الرتبة العالية . ويشير الى ان نسبة كبيرة من الطلاب توافق على هذه المقولة. وهو ما يلتبس مع بعض المواقف السابقة التي اظهرها الطلاب حين سألناهم عن المضامين التي يتبادلونها عبر هذه المواقع والتي تبين رجحانا واضحا لتبادل المواضيع الخفيفة ذات الطبيعة الترفيهية على المواضيع ذات الصبغة الجدية، والميل الواضح لإشغال هذه المواقع بالدردشات والنكات وتبادل التعليقات حول موضوعات كالرياضة والاغاني والالعاب والتعارف.

وهذه الحقيقة بدت اكثر وضوحا من خلال المقابلات، فبالنسبة لزيادة الوعي أعتقد ان الطلاب يوافقون بشكل عام على ان مواقع الانترنت من الممكن ان تزيد من الوعي العام او المشاركة السياسية لدى من يريد ذلك من الأفراد. ولكن لا يبدو ان هذه المواقع تستخدم من قبل الطلاب بشكل واضح لمناقشة موضوعات جادة سواء كانت فكرية او سياسية. وأما المشاركة فيبدو ان هذه المواقع زادت امكانية المشاركة. وهنا نقف امام سؤال مهم حول دور هذه المواقع في توجيه اعداد كبيرة من الأفراد وإدماجهم في حركات ذات طبيعة سياسية او مطلبية جماهيرية ولكن ما هو غير واضح ما إذا كانت تلعب نفس الدور في زيادة وعيهم بهذه القضايا والحركات التي ينخرطون فيها. وهو ما يمكن اعتباره امر ملفت للغاية . وهي ظاهرة أعتقد ان دراستها بشكل معمق قد يكشف الكثير مما جرى على الساحة العربية في العامين الأخيرين من حركات ما يعرف بالربيع العربي، وقد اشارت الكثير من وقائع هذا الربيع الى ان مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر وغيرها قد لعبت دورا مركزيا فيه. فبواسطتها تم حشد عشرات الآلاف من الشباب تحت شعارات مختلفة مثلت ما يشبه الكودات الجماهيرية التي استطاعت حشدهم للتظاهر . ولكن الغريب ان كثيرا من الأسئلة ما تزال تحوم حول من يدخل على هذه الكودات ويطلقها ، فلم تظهر الثورات اي قيادات او مؤسسات سياسية أو ايدلوجيا وأفكار سياسية أو برامج سياسية ناضجة أواضحة سوى ما عرضته المواقع والشاشات من شعارات لم تلبث ان

تبخرت فجأة كما ظهرت. لقد وصف احد الصحفيين الكبار هذه الثورات بأنهـا ثـورات بـلا رؤوس وأن ذلك هو اخطر ما فيها.

وعلى كل حال فإن هذا الموضوع هو موضوع اشكالي ويحتاج الى بحث منفصل، وأما ما يهمنا هنا فهو هذه الثقة التي يبديها الطلاب تجاه مواقع التواصل الاجتماعي ودورها بالمعنى الايجابي، فمن الواضح ان الكثيرين لا يراعون الكثير من المحاذير لدى تعاملهم مع هـذه المواقـع، فهـم يدونون كل معلوماتهم الشخصية ويكشفون مواقفهم واتجاهاتهم سواء السياسية او الفكرية او حتى هواياتهم وما يحبون ويكرهون بدون اي حرج. وهو جزء من بعض ما افترضناه سـابقا حـول مستوى وعي الأفراد بالمواقع الالكترونية عموما ومواقع التواصل الاجتمـاعي بوجـه خـاص ودورها على مستوى بث انماط معينة من الوعي وتعزيز حضورها على حساب انماط أخـرى. فالظاهر هو هذه الحرية التي تمنحها هذه المواقع للمشاركين فيها وأما غير المعلن فهو امكانيـة ان تلعب هذه المواقع أدوارا أكثر خطورة على مستوى كشف الجماهير واتجاهاتها علـى كافـة المستويات مما يسهل تحريكها وتحشيدها بل حتى توجيهها في اي اتجاه كان. فما نحن متأكدون منه ان هذه المواقع ما هي الا عبارة عن شركات تنتمي لنفس المنظومة التي تدير هـذا العـدد الهائل من القنوات الاعلامية والدعائية حول العام.

السؤال الرابع، وجاء على الصيغة التالية : مواقع التواصل الاجتمـاعي كالفيـسبوك والتـويتر وغيرها هي مواقع موثوقة والمشاركة فيها ايجابية.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
4	مواقع التواصل الاجتماعي كالفيـسبوك والتـويتر وغيرها هي مواقع موثوقة والمشاركة فيها ايجابية.	3.03	متوسط

وقد حققت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا بلغ 3.03، وهو يقع في خانـة المتوسـط ويشير الى نسبة وازنة من الطلاب تثق بمواقع الفايس بوك والتويتر وغيرها من المواقع وتعتبر ان المشاركة فيها امر ايجابي. وهو ما يشير الى ما يكمل ويؤكد الاتجاه السابق في الثقة عموما بمواقع التواصل الاجتماعي خاصة المواقع الكبيرة المذكورة وأن هناك نسبة وازنـة تعتبـر ان المشاركة فيها ايجابية بوجه عام.

وأما المقابلات فقد بحثنا فيها عن اي مظهر من مظاهر الحذر من قبل الطلاب او اي شكل مـن اشكال الوعي العام بهذه المواقع في اتجاه امكانية استخدامها من قبل اي جهة كانت لأي غرض سياسي او جماهيري . وقد اظهر الطلاب مرة أخرى ميلا واضحا للثقة بهذه المواقع وعدم اتخاذ

اي شكل من اشكال الحذر في التعامل معها سوى ان الكثيرين منهم ابدو بعض القلق من امكانية القرصنة، حيث يتم الدخول من قبل افراد على الصفحات المخصصة لهم واختطافهـا احيانـا او نشر اي مضمون عليها بدون رضى صاحب الصفحة الاساسي. كما ابدت نسبة اقل من الطلاب قلقها حول امكانية مراقبة هذه المواقع من قبل اجهزة الدولة لأغراض امنية. ولكن بوجـه عـام فإن ايا من هذه الشكوك التي ابداها الطلبة لم تتوجه الى من يديرون هذه المواقـع والـشركات العملاقة التي تحتفظ بقواعد المعلومات عن مليارات الأفراد من البشر موزعين علـى مختلـف دول العالم. سيما وأن بعض المقالات اشارت الى اشكاليات ما تزال غامضة حول تعاون بعض شركات المواقع الالكترونية مع وكالات الاستخبارات لدول عظمى كما برزت بعض الاشكاليات حول دور شركة غوغول بعد ان فرضت الصين بعض القيود على عملها بين سكانها.

ونعيد التأكيد هنا الى ان هذه الإشكالية هي من الاشكاليات الكبرى التـي تحتـاج الـى بحـوث منفصلة ، ونحن هنا لسنا بصدد الخوض فيها سلبا او ايجابا، ولكن ما يعنينا هو استجلاء طبيعة المواقف والتوجهات التي يتخذها الطلاب تجاه هذه المواقع وكيف يرونها ويتعاملون معها ومـا هي التحوطات الاحترازية التي يضبط تواصلهم عبرها. وهل لهذه التحوطات اي علاقـة بـاي شكل من اشكال الوعي العام تجاهها. وهو امر نستطيع ربطه بالمقولات العامة التي افترضـناها حول طبيعة علاقة الافراد مع هذا النوع من وسائل الاتصال. ونستطيع القـول الآن ان نـسبة كبيرة من الطلاب تتعامل بكل تلقائية مع هذه الوسائل وهو ما يمكن اعتبـاره علامـة ومؤشـر واضح على ضعف الوعي العام لديهم تجاهها.

السؤال الخامس، وقد جاء على الصيغة التالية : ليس لدي مخاوف من ان تستخدم المعلومـات الشخصية التي اضعها على مواقع التواصل الاجتماعي لغير صالحي في اي حال.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
5	ليس لدي مخاوف مـن ان تـستخدم المعلومـات الشخصية التي اضعها علـى مواقـع التواصـل الاجتماعي لغير صالحي في اي حال .	2.79	متوسط

وقد حققت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا بلغ 2.79، وهو يقع ضمن خانة المتوسط، ويشير الى ان نسبة متوازنة من الطلاب لديهم مخاوف من استخدام المعلومات الشخصية التـي يضعونها على مواقع التواصل الاجتماعي لغير صالحهم.

وأما المقابلات فقد اظهرت طبيعة هذه المخاوف، وهي بمجملها مخاوف من القرصنة من قبـل الافراد عموما، ومخاوف من قبل الدول والاجهزة الامنية حيث تكشف هـذه المواقـع مواقـف

الأفراد على المستوى السياسي في كثير من الاحيان. واللافت ان الطلاب ليس لديهم اي مخاوف أخرى من اي جهة خارجية مثلا او من قبل الشركات التي تدير هذه المواقع فهـم يعتبـرون ان هذه المعلومات لا تفيد باي حال من الأحوال على هذا المستوى، فـالبعض اجـاب مـا حاجـة الولايات المتحدة وشركة الفايس بوك مثلا بتوجهاتي السياسية. والبعض الآخر قال المعلومـات التي اضعها على صفحتي في الفايس بوك تشمل كل معلوماتي الشخصية ومـواقفي الـسياسية وتوجهاتي الفكرية والايدلوجية ولكن انا اعتبر انها معلومات لا تفيد احدا خارج نطاق المجتمـع الذي اعيش فيه او الدولة التي اخضع لها.

وعموما فإن السؤال يجئ في نفس الإطار الذي نحاول الاضاءة عليه والمتعلق بطبيعة العلاقـة مع مواقع التواصل الاجتماعي وارتباطها بمستوى وعي الأفراد بدور هذه المواقع والامكانيـات التي تملكها ضمن ابعاد واشكال التأثير عليهم بوجه عام.

السؤال السادس، وقد جاء على الصيغة التالية : لدي قناعة بأننا نعيش في عصر يتم فيه تداول المعلومات بحرية وديمقراطية وهو امر ايجابي ويعبر عن التقدم والتطور.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
6	لدي قناعة بأننا نعيش في عصر يتم فيـه تـداول المعلومات بحرية وديمقراطية وهو امر ايجـابي ويعبر عن التقدم والتطور .	3.55	متوسط

وقد حققت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا بلغ 3.55 ، وهو يقع فـي اعلـى خانـة المتوسط وقريبا من خانة العالي . وهو يشير الى وجود قناعة لدى الطلاب تتمثل في اعتقـادهم بأننا نعيس في عصر حرية تداول المعلومات بديمقراطية، وأنهم يعتقدون ان ذلك انما هو مظهر ايجابي من مظاهر التقدم والتطور . وربما تعبر هذه النسبة تعبيرا دقيقا عن موقف معظم الافراد المبحوثين . فهم يعتقدون ان ما يعيشونه من حرية تبادل المعلومـات وتـدفقها عبـر شـبكات الاتصال ووسائله عموما انما هو امر يعبر عن الاتجاه الصحيح والايجابي.

وهذا الموقف عكسته المقابلات بصورة اكثر تحديدا ، حيث ابدى معظم من قابلناهم عدم تحفظهم على اي مظهر من مظاهر الحالة التي يعيشونها في اطار علاقتهم مع وسائل الاعـلام الحديثـة عموما. واللافت للنظر ان معظم الطلاب لم يعكسوا اي مخاوف تنم عن وعي عميق بأبعاد هذه العلاقة، فهم لا ينظرون الى وسائل الاعلام الحديثة سوى انها كغيرها من وسـائل التكنولوجيـا المتقدمة التي يستفيد منها جيل اليوم بشكل كبير.

وهو ما يؤكد بعض مقولاتنا السابقة التي تفترض ان الأفراد انما ينساقون في تعاملهم مع وسائل الاعلام بكل سلاسة وبدون الكثير من التحوط والاحتراز. وهو ما يدل بـشكل واضـح علـى مستوى متواضع من الوعي لديهم بالادوار التي لعبتها وسائل الاتصال عموما والادوار التي من الممكن ان تلعبها والأبعاد التي بمقدورها الوصول اليها او التأثير فيها على كافـة المـستويات المعرفية التي ينخرط فيها الأفراد.

السؤال السابع، وقد جاء على الصيغة التالية : لدي قناعة بأن معظم المواقع الالكترونية سـواء كانت مواقع جادة ام ترفيهية لا ترتبط بأي اجندة سياسية او استخباراتية عالمية او محلية.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
7	لدي قناعة بأن معظم المواقع الالكترونيـة سـواء كانت مواقع جادة ام ترفيهية لا ترتبط بأي اجنـدة سياسية او استخباراتية عالمية او محلية .	2.94	متوسط

وقد حققت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا بلغ 2.94 وهو يقع في خانـة المتوسـط ويشير الى وجود نسبة متوازنة من الطلاب يعتقدون بأن المواقع الالكترونية بكل انواعها هـي غير مرتبطة بأي اجندات سياسية عالمية او محلية.

وقد اردنا من هذا السؤال اختبار موقف الطلاب حول هذه القضية وطبيعة وعيهم بامكانية ارتباط المواقع الالكترونية تحديدا بالاجندات السياسية او الأمنية لأي جهة كانت على المستوى العالمي والمحلي. وقد بينت المقابلات بشكل اكثر وضوحا من الاستبيان ان غـالبيتهم لا يميلـون الـى الاعتقاد بأن هذه المواقع تتبع اي اجندات من هذا النوع، وهم يرجحـون انهـا تعمـل بحريـة وعشوائية ، وقد ابدت نسبة ضئيلة من الطلاب بعض الشكوك حول عمل هذه المواقع من زاوية ارتباطها بمخطط او مؤامرة ما لهذه الجهة او تلك ولكن ليس بشكل منظم وعام. ونحن هنـا لا نتبنى نظرية المؤامرة بالطبع ولكن ما يعنينا هو موقف الطلاب الذي يؤكد لنا مرة بعد اخرى ان وعيهم بعمل وسائل الاتصال عموما يتسم بالسطحية والتلقائية وعدم التعمق وأن تعاملهم معهـا يرتكز على مثل هذا الموقف العام.

السؤال الثامن، وقد جاء على الصيغة التالية : مع قناعتي بأن هناك محاذير يجب اخذها بعـين الاعتبار لدى التعامل مع وسائل الاعلام إلا انها تعمل لصالح الافراد والجماعات عموما حيـث تزيد نسبة معرفتهم عموما.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
8	مع قناعتي بأن هناك محاذير يجب اخذها بعين الاعتبار لدى التعامل مع وسائل الاعلام إلا انها تعمل لصالح الافراد والجماعات عموما حيث تزيد نسبة معرفتهم عموما .	3.56	متوسط

وقد حققت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا بلغ 2.56، ويقع ضمن خانة المتوسط وفي اعلى المتوسط تحديدا، وهو يشير الى ان النسبة الراجحة من الطلاب تميل الى الاعتقاد بأن وسائل الاعلام تعمل لصالح الافراد والجماعات عموما خاصة في زيادة معرفتهم، رغم بعض المحاذير التي يجب مراعاتها عند التعامل معها. وهو يقيس بشكل كبير موقف الطلاب الحقيقي من وسائل الإعلام عموما، ويعبر عن شكل خاص من اشكال التعامل معها، فالطلاب يبدو انهم يتعاملون معها بانفتاح ودون تعقيد، فغالبيتهم يثقون بها ونسبة كبيرة تعتبرها ايجابية وتعبر عن مظهر من مظاهر التقدم والتطور، ونسبة أكبر تثق بأنها تعمل في زيادة معرفتهم العامة.

وهو اتجاه أكدته المقابلات حيث ابدى غالبة الطلاب هذه القناعة، وكان التوجه العام يميل الى عدم التحفظ تجاه التأكيد على ان وسائل الاعلام تزيد في المعرفة عموما وهو ما يعتبرونه في صالح الافراد. وابدى القليلون تحفظات حول طبيعة استخدام الافراد السلبي احيانا لهذه الوسائل ولكن ذلك هو من طبيعة الاشياء عموما. وأما وسائل الاعلام فهي في الاساس تعمل للصالح العام كما تعمل اي آلة نافعة ولكن الطبيعة الخاطئة لاستخدام هذه الآلة يتحملها الأفراد حيث هم احرار في اختيار الشكل الذي يستخدمونها فيه.

وعموما فإن الطلاب لا يجول بخلدهم ان هذه الآلة الضخمة التي تدير الإعلام عموما لا تحركها الرغبة الخالصة والطوباوية في زيادة الوعي والمعرفة لدى الأفراد. وإنما تديرها آلة اكثر ضخامة تمثل المصالح الاقتصادية والسياسية الكونية. وأن هذه الآلة إنما يخدمها تزييف وعي الأفراد وتشتيتهم اكثر من زيادة معرفتهم ووعيهم الحقيقي بالاشياء من حولهم. وهو امر تحدثنا عنه مطولا لدى استعراضنا لأهم النظريات التي تبناها كبار العلماء والمفكرين في هذا المجال من امثال ماركيوز وادورنو وبودريارد وتشومسكي وغيرهم.

وما اردناه من هذا السؤال هو مزيد من التغطية لتفاصيل وشكل العلاقة التي تقوم بين الطلاب ووسائل الاعلام خصوصا التي تشكل جزءا من وسائل الاتصال عموما. وهو ما يشكل لنا اهمية خاصة في التحقق من مدى انطباق بعض فرضياتنا في هذا الخصوص، فنحن نفترض ان الطلاب يميلون الى التعامل بانفتاح وحرية واندفاع وتلقائية وبدون اي نوع من التحفظ والتحوط

مع وسائل الاتصال عموما، وان هذا انما يشير الى ضعف في الوعي العام بطبيعة هذه الوسائل وادوارها وعملها وارتباطاتها على كافة المستويات، السياسية والاقتصادية والفكرية .

السؤال التاسع والعاشر والحادي عشر، وجاءت على الصيغ الواردة في الجدول.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	الرتبة
9	القنوات الاخبارية العربية الكبرى مثـل الجزيـرة والعربية والبي بي سي هي على العمـوم تتمتـع بالمصداقية والمهنية .	2.97	متوسط
10	اعتمد في متابعتي للأخبار على القنوات العالميـة مثل السي ان ان والبي بي سي والاي بـي سـي وغيرها مـن القنـوات والوكـالات العالميـة ، واعتبرها اكثر مصداقية ومهنية .	2.99	متوسط
11	اعتمد في متابعتي للأخبار على القنوات الرسـمية واعتبرها اكثر مصداقية من غيرها .	3.38	متوسط

وقد اردنا من هذه الاسئلة المتتابعة الثلاث التعرف على اتجاهات الطلاب ضمن الاطـار الـذي طرحه السؤال الثامن في ما يعتقده الطلاب حول عمل وسائل الاعلام عموما. واخترنا ان نقيس طبيعة الموقف من ابرز وسائل الاعلام المتمثلة في أشهر الفضائيات الاخبارية وأكثرها متابعـة في منطقتنا العربية. وقد اخترنا الفضائيات الاخبارية لأرتباطها ببث انماط معينة مـن المعرفـة على المستوى السياسي والايدلوجي العام. واردنا من خلاله معرفة اتجاهات ومواقف الطـلاب نحو وسائل اعلام بعينها لالقاء مزيد من الضوء على مفصل من اهم المفاصل المتعلقـة بمـدى تشوش الافراد عموما وعدم قدرتهم على المواءمة بين الثقة والتلقائية التي يبدونها في تعـاملهم مع وسائل الاعلام عموما من جهة، ومواقفهم تجاه بعض هذه الفضائيات على وجه التخصيص.

وقد بدى من اجابات الطلاب انهم لا يظهرون نفس مستوى الثقـة بمـصداقية ومهنيـة اشـهر الفضائيات الاخبارية العربية مثل الجزيرة والعربية والبي بي سي العربية. كما ابدو تقريبا نفس الموقف من القنوات الاخبارية الاجنبة الاكثر شهرة كالسي ان ان والبي بي سي والاي بي سي. والوكالات عموما، في حين ان نسبة كبيرة منهم أبدو ثقة أعلى في القنوات الرسـمية بمتوسـط حسابي بلغ 3.38.

وعلى نفس الصعيد فقد اظهرت المقابلات ان مواقف الطلاب مـشوشة ومتباينـة تجـاه هـذه الفضائيات. فنسبة لا بأس بها تثق بالجزيرة والعربية او البي بي سي، ونسبة أخرى تشكك فـي

درجة مصداقيتها ولكنها تتابعها اذا ما ارادت التعرف على بعض ما يجري هنا وهناك، ونسبة لديها قناعة بأن القنوات الأجنبية اكثر مصداقية، وهم يعتقدون ذلك لأن لديهم صورة هي اقرب الى الصورة النمطية عن العالم الغربي وعمل الإعلام فيه. ومن الواضح ان حكمهم هذا يستند الى هذه الصورة النمطية وليس الى متابعتهم الحثيثة لهذه الفضائيات فهم على العموم لا يتقنون اللغة الانجليزية. وأما القنوات الرسمية فيبدو ان الطلاب يتابعونها بشكل اكبر ليس بسبب المصداقية والمهنية التي يعتقدون انها متوفرة فيها ولكن لأن هذه القنوات تهتم اكثر بالشؤون المحلية التي تحضى باهتمام اكبر من قبلهم.

وعموما فقد اظهرت الاسئلة الثلاث لنا طبيعة تعامل الطلاب مع عينة من أبرز وسائل الاعلام التي تفرض نفسها على الساحة الاعلامية التي يعيشون فيها. ونستطيع القول ان تعاملهم اجمالا يشوبه التشوش واللايقين لعدم وجود قاعدة معرفية ناضجة يستطيعون من خلالها ادراك واستيعاب طبيعة عمل الاعلام وطبيعة المعرفة التي يسعى الى بثها وتعميمها بينهم. واهم ميزة لمسناها لهذا التعامل هي ميزة العشوائية والانسياق وراء سمعة هذه القناة او تلك او شهرتها بغض النظر عن تدقيقهم في المضامين التي تبثها وخلفياتها السياسية والاقتصادية والفكرية والايدلوجية أو طبيعة الثقافة والمعرفة التي تروج لها. الواضح ان ضعف الرؤية لدى الطلاب هي الحالة المهيمنة والبارزة في تعاملهم مع وسائل الاعلام. وأما السبب فبات من الواضح ان له ارتباطا وثيقا بضعف المعرفة العامة لديهم وضعف الاهتمام وعدم وجود قاعدة فكرية صلبة ومتماسكة تمكنهم من ربط الاعلام بالقوى السياسية والاقتصادية والثقافية السائدة والمهيمنة في عالمنا .وأن الاعلام لم يكن يوما من الميادين الحرة كما يعتقد الكثيرون منهم. كما انه ليس ميدانا تحكمه قواعد بسيطة يحددها الناس بكل ما يميز حركتهم من عناصر الصدفة والتلقائية والعشوائية والفوضى. وقد وضحنا في محاور سابقة طبيعة القاعدة المعرفية التي يستند اليها الطلاب ومدى ضعفها وهشاشتها واعتمادها بدرجة كبيرة على ما تروج له وسائل الاعلام نفسها من اتجاهات وانماط معرفية.

2- التحليل العام للمحور السابع : مواقف الشباب من قضايا فكرية وسياسية وحياتية راهنة

حاولنا من خلال فقرات هذا المحور واسئلته الثمانية تحديد مواقف الطلاب تجاه عدد من اهم القضايا الراهنة التي تمثل ميادين عامة واساسية من المفترض انهم يتبنون مواقف تجاهها. وهي

اذ تعرض هذه المواقف انما تحاول تحسس اهم معالم واقع الطلاب المعرفي والثقافي بحاضرهم واهم اولوياتهم.

وقد حاولنا من خلال هذا المحور ربط ما يجري من أحداث مصيرية على ساحتنا العربية بطبيعة وعي الأفراد بها ودور وسائل الإعلام في تكريس اشكال وانماط معينة من الفهم والمواقف لديهم. آخذين بعين الاعتبار ان حجم ونوع مساهمة الشباب في هذه الأحداث هو الشكل الأكثر بوروزا ومحورية. ولذلك فقد حاولت اسئلة المحور وفقراته تبين طبيعة رؤية الطلاب لأنفسهم على مستوى الوعي والقدرة على التأثير في المستوى السياسي والاجتماعي الذي يعيشون فيه ، وكذلك موقفهم من الأحداث التي جرت وتجري الآن على الساحات العربية من زاوية تقييمهم لها، وإذا كانوا يرونها كتعبير عن الوعي العام لدى الشباب ام غير ذلك، وهل هي احداث ايجابية وتمثل ثورات حقيقية وبالاتجاه الصحيح ، ثم موقفهم من الدور الذي لعبته وسائل الاعلام في هذه التحولات السياسية والاجتماعية وتقييمهم لهذا الدور.

وتنتقل فقرات المحور لمناقشة موقف الطلاب من بعض الاتجاهات البارزة لديهم مثل الاهتمام الزائد بالرياضة وعالمها، وتقييمهم لهذه الاتجاهات وكذلك تشمل الفقرات موضوعات الدراما والمسلسلات واهتمام الشباب بها وتقييمهم لمستويات الاهتمام الزائد بمثل هذه الموضوعات ومناقشتهم في بعض المضامين التي تحملها الدراما وأثرها على الثقافة مجتمعاتهم وهل يستشعرون اية اخطار لأي شكل من اشكال الغزو الثقافي والفكري وتقييمهم لما تقدمه الدراما من حلول لمشاكلهم وقضاياهم ومدى وعيهم بإمكانية الدور الذي تلعبه الدراما عموما في كلا الاتجاهين السلبي والايجابي.

ورغم اننا قمنا بطرح موضوعات شبيهة ضمن محاور سابقة ولكن ما اردناه هنا هو ربطها بسياق مختلف، وهو السياق الراهن والحالة الراهنة للشباب في ظل التحولات الجارية ومدى تأثيرها في إعادة ترتيب اولوياتهم على المستوى المعرفي والسلوكي. حيث حاولنا من خلال هذه الفقرات تفكيك جانب مهم من جوانب وعي الشباب بقضاياهم الراهنة مدركين ان هذا الموضوع هو من المواضيع التي تحتاج الى مزيد من البحث والتوسع، وما حاولناه هنا هو التركيز قدر الإمكان على القضايا الأكثر بروزا على المستوى السياسي كالثورات العربية من جهة. وابرز اتجاهات الشباب وترتيبهم لاولوياتهم وانعكاسها على مستويات اهتمامهم بهذا الاتجاه او ذاك من جهة ثانية.

السؤال الأول، وجاء على الصيغة التالية: اعتقد ان الشباب في عالمنا العربي هم اليوم اكثر وعيا على المستوى الفكري والعقائدي والسياسي.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
1	اعتقد ان الشباب في عالمنا العربي هم اليـوم اكثر وعيا على المستوى الفكري والعقائـدي والسياسي .	3.66	متوسط

وقد حققت الإجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا بلغ 3.66 وهو يقع في أعلـى المتوسـط وتفصله على الرتبة العالية درجة واحدة فقط، ويمكن الاستنتاج ان النسبة الغالبة مـن الطـلاب يعتبرون أنفسهم ونظراءهم في العالم العربي اليوم اكثر وعيا على المستوى الفكري والـسياسي، وهو تقييم لافت من قبل الشباب لأنفسهم. وربما نستعيد هنا بعض الصور التي عرضـناها فـي محاور سابقة لأشكال متنوعة من ضعف الاهتمام والمتابعة على هذه المستويات ممـا يطـرح السؤال من اين اتى الطلاب بمثل هذه الثقة بمستوى وعيهم على الـصعيد الـسياسي والفكـري والعقائدي.

وأما المقابلات فقد اجابت على سؤالنا بصورة اكثر عمقا، حيث تبين ان الكثيـر مـن الطـلاب يعتبرون ان وسائل الاعلام لعبت دورا حاسما في زيادة الوعي لدى الشباب بحكم انهم الاكثـر قربا واحتكاكا بها وبأشكالها الحديثة. وهم يرتكزون في هذه القناعة على مقولة واحدة وهي تلك المتعلقة بسهولة الوصول الى المعلومة التي توفرها وسائل الاعلام. وهي مقولة صـحيحة فـي بعض جوانبها ولكن تبين المقابلات ان ما لا يأخذه الطلاب بعين الاعتبـار هـو طبيعـة هـذه المعلومة التي تقدمها وسائل الاعلام ومدى ارتباطها بخلفيات واجنـدات سياسـية واقتـصادية وفكرية خاصة.

رنحن هنا لسنا بمقام الحكم على قضية جدلية مثل القضية المتعلقة بمستويات الوعي والمعرفـة، ولكن ما بدا لنا واضحا ان هناك مؤشرات كثيرة ترسم صورة اقل اشراقا مقارنة بالصورة التي يرسمها الشباب هنا لأنفسهم. والحقيقة الواضحة التي طرحها نقاشنا للشباب في المقابلات هـي اختلاط الصورة بالنسبة للكثيرين منهم، وعدم قدرتهم على فـرز وتمييـز طبيعـة المعلومـات والمعارف التي يقولون انهم اصبحوا يصلون اليها بسهولة وهل هي معلومات حـرة ومتوازنـة فعلا كما يتصورون . وهي مسألة حساسة ومهمة بالنسبة لنا، ونعتقد ان جزءا من الدور الـذي لعبته وسائل الإعلام انما يركز على تسهيل وصول انماط معينة مـن المعلومـات والمعـارف

بالنسبة للجماهير. وهو ما يمكن الحكم عليه بسهولة من خلال الاتجاهات الطاغية التي ينخرطون فيها بكل نشاط وحماسة، وهي اتجاهات تغلب عليها سمات الاستهلاك السريع اكثر من سـمات المعرفة الحقيقية. وهو ما يشمل ليس فقط المستويات غير الجادة وإنما المستويات الجادة التي من الممكن ان تشكل قيمة وازنة وفعلية في حياتهم.

السؤالين، الثاني والثالث، وقد جاءأ على الصيغة المبينة في الجدول ادناه.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
2	اعتقد ان الاحداث السياسية التي جرت فـي العالم العربي مؤخرا تعبر عن وعي الشباب بحاضرهم ومستقبلهم .	3.51	متوسط
3	اعتبر التحولات التي حدثت في العام الماضي على مستوى المنطقة العربية هـي احـداث ايجابية وهـي ثـورات حقيقيـة وبالاتجـاه الصحيح .	3.28	متوسط

يأتي هذا السؤالين في نفس السياق السابق، وقد حققت الاجابات نسب 3.51 و 3.28 وهي تقع في اعلى المتوسط، ويبين ان الشباب يميلون الى الاعتقاد بأن ما حدث في العالم العربي مؤخرا من احداث سياسية واجتماعية على الساحة العربية إنما تعبر عن وعـي الـشباب بحاضـرهم ومستقبلهم، وبنسبة اقل ان تلك الاحداث هي امور ايجابية وتعبر عن ثورات حقيقيـة وبالاتجـاه الصحيح. وقد جاءت صيغة السؤالين اكثر تحديدا فيما يتعلق بالاحدث التي جرت مؤخرا علـى الساحة العربية وكيف يربط الطلاب بينها وبين مسألة الوعي بقضاياهم.
وتبين المقابلات بصورة اوضح ان النسبة الغالبة من الطلاب تميل الى الاعتقاد بأن ما جـرى من احداث انما هو تعبير عن وعي حقيقي وانه تطبيق لهذا الوعي على ارض الواقـع. وتبـين المقابلات مرة أخرى انهم لم يتعمقوا في فهم هذه الاحداث او تحليلها، وانهم اكتفوا بما فرضـته وسائل الاعلام من تحليلات ورؤى . وأن غالبيتهم قد تابعوا هذه الاحداث من خـلال شاشـات معينة دون غيرها. وهي نفس الشاشات التي تبين في محاور سابقة انها الأكثر حـضورا لـيس بحكم مصداقيتها وموضوعيتها وإنما بحكم قوتها الاعلامية وتقنياتهـا وقـدرتها علـى التـأثير والاثارة.

المسألة بالنسبة لنا تتعدى الحكم على موقف الطلاب او حتى الحكم على الاحداث نفسها، فهـي تحتاج الى بحث مختلف، ولكن عندما تتجمع لدينا مؤشرات عدة تبين بوضـوح عـدم اهتمـام الطلاب وضعف ثقافتهم في هذا السياق وضعف وعيهم بدور وسائل الاعلام عمومـا وضـعف قدرتهم على الربط بين عملها وبين ما يعيشونه من انماط معرفية وسلوكية سواء على المستويات الجادة او الترفيهية، ناهيك عن ضعف الاهتمام بمستويات بعينها واحجام عن الانخـراط فيهـا بشكل كبير، يبرز السؤال المهم عن طبيعة وعي الطلاب بالاحداث التي جرت مـؤخرا علـى الساحة العربية وكيف بنى الطلاب قناعاتهم ومدى ما بذلوا من جهد في تنظيم افكـارهم للحكـم على هذه الاحداث.

وقد اخترنا صيغا متقاربة للسؤالين مع التأكيد على ربط مسألة رؤية الطلاب لأنفسهم ومـستوى وعيهم وثقتهم بأن الاحداث عبرت عن هذا الوعي، ومدى قناعتهم ان هذه الاحداث تـأتي فـي الاتجاه الصحيح ورؤيتهم لمستقبلهم في ظلها وظل التحولات التي تترتب عليها.

وعموما فإن الاسئلة الثلاث إنما ترتبط ببعض جوانب فرضياتنا السابقة حول دور وسائل الاعلام في تشكيل نمط معين من الوعي بالاحداث الجارية وفرضه على الجمـاهير، وأن هـذا الـدور يتجلى في قدرتها على التأثير في مواقف تكون متنوعة في الاساس وتنتهي لتكون نمطية وذات صبغة معينة وأقرب الى لون موحد، ومن خلال ربط هذه المؤشرات فإننا نستطيع الحكـم بـأن وسائل الاعلام هي المسئولة بالدرجة الأولى عن بث وتشجيع وتعميق انماط معينة من الـوعي على كافة المستويات ،وما يجعلها تحقق دورها بنجاح يرتبط في الغالب بالبنية المعرفية الهـشة التي تمتلكها قطاعات كبيرة من الجماهير. وهي بنية بينت المقابلات في غير موقع انها سطحية ونمطية وتعتمد على التلقين، وأنها غير متماسكة ومترددة. وهي بنية اسست لها وسائل الاعـلام من خلال صرف وتشتيت الأفراد في اتجاهات مختلفة كالرياضة وعالمها او الـدراما والغنـاء وأصناف الفن الاستهلاكي عموما، بالاضافة الى جميع وسائل الالهاء التي تترافق مـع وسـائل الاعلام عموما كالالعاب الالكترونية والاتصال الرقمي بكل اشـكاله كالاتـصال علـى مواقـع التواصل الاجتماعي والتشات وغيرها.

وأما الفروق في المتوسطات الحسابية التي سجلتها هذه الاسئلة فأعتقد انها ترتبط بموقف نـسبة معينة من الطلاب بأحداث معينة دون غيرها، فغالبيتهم تميل الى الاعتقاد ان الشباب هـم اكثـر وعيا هذه الايام ونسبة اقل تعتقد ان الاحداث تعبير عن هذا الوعي ونسبة اقل تعبر هذه الاحداث ايجابية وبالاتجاه الصحيح، وقد بينت المقابلات ان نسبة قليلة منهم اعربوا عن انهم بدأو يملون من متابعة هذه الاحداث لأنها فقدت بعض بريقها واثارتها. كما تبين نسبة قليلة ايـضا انهـم لا

ينظرون الى جميع الأحداث من نفس المنظار فالاحداث في سوريا تختلف عن مصر او تـونس او اليمن. وقد بين البعض ان اندفاعه وحماسه لهذه الأحداث قد خف خاصة بعد ان تبين ان هذه الثورات لم تنجز شيئا يذكر مما كانوا يؤملونه منها.

السؤال الرابع، وقد جاء على الصيغة التالية: لدي قناعة ان وسائل الاعلام لعبت دورا ايجابيـا في نجاح الثورات التي جرت على صعيد المنطقة العربية.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
4	لدي قناعة ان وسائل الاعـلام لعبـت دورا ايجابيا في نجاح الثورات التي جرت علـى صعيد المنطقة العربية .	3.46	متوسط

وقد حققت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا بلغ 3.46، وهو يقـع فـي أعلـى خانـة المتوسط، ويشير الى ان نسبة راجحة من الطلاب تعتقد أن وسائل الاعلام لعبت دورا ايجابيا في نجاح الثورات العربية.

وأما المقابلات فقد أوضحت ان الكثير من الطلاب يشعرون بالامتنان لوسائل الاعلام للدور الذي بذلته في جعل هذه الثورات تتحقق على الارض. كما بينت ان نسبة قليلة مـن الطـلاب بـاتوا يشككون الآن بعمل بعض وسائل الاعلام، لأنها تجاوزت دورها الاساسي فـي نقـل الحقـائق والصورة. لكن الصورة الاجمالية التي خرجنا بها من خلال نقاشنا للطـلاب هـو ان وسـائل الاعلام لعبت دورا ايجابيا وان ما ابدته هذه القناة او تلك من نشاط وتغطية مبالغ فيها ربما يعود لحماس لدى هذا الاعلامي او ذاك وإنما لا يتعدى الامر ذلك في في كل الاحوال. وبالطبع فمرة ثانية لم يستطع الطلاب ملاحظة الدور الكبير والبعيد عن المهنية والحياد والموضـوعية الـذي قامت به معظم وسائل الاعلام لدى تغطيتها الاحداث العربيـة، فـبعض المحطـات حرضـت وحشدت وادارت غرف عمليات ميدانية حقيقية لم يكن الهدف منهـا متابعـة الاحـداث وإنمـا صناعتها، والبعض منها بنى استوديوهات لتنفيذ بعض المشاهد الخاصة التي تخدم بعض الاخبار المصنوعة والمزيفة. والحقيقة اننا بتنا في فوضى اعلامية كبيرة بعد ان دخلت القوى الـسياسية على الخط وباتت تدير محطاتها كجزء من الاسلحة القتالية التي تمتلكها، وربما بـدأت بعـض بوادر لحالة من الوعي على هذا الصعيد ولكن معظم الطلاب الذين استفتيناهم لم يبدو قدرة على ربط الامور ببعضها والخروج بنتائج متماسكة ومنطقية تفسر الحالة الاعلامية التـي نعيـشها.

فهناك حرب حقيقية كرست وسائل الاعلام كأداة رئيسية من ادواتها الفاعلة وقد برز ذلك بشكل جلي في تغطية الاحداث السياسية الاخيرة على الساحة العربية ناهيك عن وعيهم بعمل وسائل الاعلام في الظروف الطبيعية والذي يرتبط معظمه بابعاد سياسية وفكرية وغيرها . الحقيقة ان معظم الطلاب لا يمتلكون اية قاعدة صلبة من الوعي تمكنهم من فرز الاتجاهات وربطها بشكل واضح. فرغم ان بعضهم يدركون ان دور وسائل الاعلام لم يكن حياديا ولا نزيها لا يزالون يستقون اخبارهم من نفس هذه الوسائل، وما تزال مواقفهم من الكثير من القضايا السياسية محكومة في الغالب بالنمط الذي تحاول هذه الوسائل غرسه وتعميمه، وأما الافراد الذين يخرجون على حالة الاجماع تلك فقليلون كما انهم لا يمتلكون مواقف نوعية متفردة ومبنية على توجه واضح وبنية معرفية متماسكة او راسخة.

من خلال هذا السؤال حاولنا التثبت من بعض جوانب فرضياتنا السابقة، وهي تلك المتعلقة بتوجيه الرأي العام والدور الذي تلعبه وسائل الاعلام في ذلك والاشكال والانماط والاتجاهات التي تغرسها، وقد لمسنا من خلال المقابلات خاصة ان الصور النمطية التي تسعى وسائل الاعلام تحديدا الى ترسيخها هي الصور النمطية السائدة والأكثر شيوعا، فمن خلال دراسة بعض القناعات والمواقف لدى الطلاب يمكن ملاحظة تطابقها مع هذه الصور. وأما بقية وسائل الاتصال فمن الواضح ان عملها يتركز على خلق ارضية معرفية هشة وضعيفة لدى الأفراد تجعل من مقدرتهم على مناقشة ما يصل اليهم من صور وانماط معرفية قابلة لأن تزهر وتثمر لا بل ان تنعكس على سلوكهم في كافة المستويات.

السؤال الخامس، وقد جاء على الصيغة التالية: الاهتمام الكبير بالرياضة لدى الشباب عموما هو امر ايجابي ولا اعتقد انه يتجاوز الحدود الطبيعية.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
5	الاهتمام الكبير بالرياضة وأخبارها لدى الشباب عموما هو امر ايجابي ولا اعتقد انه يتجاوز الحدود الطبيعية.	3.33	متوسط

وقد سجلت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا بلغ 3.33 ، وهو يقع في خانة المتوسط ، ويشير الى ان النسبة الوازنة من الطلاب ترى في هذا الاهتمام الكبير بالرياضة لدى الشباب امرا ايجابيا ولا يتجاوز الحدود الطبيعية. وهو اتجاه اردنا اختبار مواقف الطلاب منه لأهميته في الإضاءة على شكل من اشكال الوعي لدى الطلاب تجاه هذا النمط المتطرف من الاهتمام

لدى غالبيتهم. وقد بينت المحاور السابقة مدى هذا الاهتمام الذي يـصل درجـة الهـوس لـدى الكثيرين في مقابل ضعف الاهتمام بالكثير من الجوانب الأكثر جدية ومحوريـة فـي حيـاتهم الاجتماعية ، مثل الاهتمام بالشأن السياسي او الفكري.

وأما المقابلات فقد اظهرت نتائج اكثر تفصيلا، وتبين ان الطلاب الذكور يختلفون فـي طبيعـة موقفهم العام من الرياضة وأخبارها، فهم اكثر تعصبا لها وهم يعتبرون ان الاهتمام بهذا الاتجاه هو ايجابي ولا يحمل اي شكل من اشكال السلبية. وأنها تسلية غير ضارة بل على العكس ربمـا تربي لدى الشباب روح التنافس الشريف والانضباط سيما وأن جميع الالعاب الرياضية تخـضع للقوانين والقواعد. وقد ذهب بعضهم الى انها ربما تغرس الكثير من الاخلاق الايجابيـة لـدى الشباب كروح الفريق والعمل الجماعي. واما ما لاحظناه بشكل بارز فهو ان الطلاب يتحـدثون بشئ يشبه عبارات حفظوها من هنا او هناك من معلقي الاخبار الرياضية ومحلليهـا وأن هـذه المضامين لا تشكل قناعة حقيقية لديهم سيما وأن غالبيتهم لا يمارسـون اي نـوع مـن انـواع الالعاب الرياضية. فهم متفرجون فقط ويكتفون بمتعة مشاهدة المباريات بين الفرق الكبرى بينما هم يدخنون الارجيلة ويشربون الشاي والقهوة .وأما من الجهة الثانية فهـم لا يلتفتـون الـى أن ظاهرة تشجيع الفرق كثيرا ما تتجاوز حدودها الطبيعية باتجاه التعصب وممارسة العنـف بـين الجماهير ليس فقط داخل الملاعب وإنما خارجها في الشوارع والساحات والمقاهي وأنها كثيـرا ما تتحول الى عراضات ومظاهرات احتفالية هستيرية وغريبة.

وأما الطالبات فقد ابدت نسبة متوسطة منهن اتجاها يعتبر ان هناك اهتمام مبالغ فيـه مـن قبـل الشباب في الرياضة وأخبارها وأن هذا الاهتمام ربما يأتي على حساب اهتمامات أخـرى اكثـر اهمية منها ولكنه لا يشكل خطرا على الشباب وهو يبقى ضمن الاشياء الطبيعية. والحقيقـة ان نسبة متوسطة من الفتيات لا يولين الرياضة الاهتمام بنفس الدرجة التي يبديها الطلاب الـذكور. ولكن نسبة لا بأس بها منهن يتابعن المباريات الرياضية لاسباب لا تتعلق بالرياضة نفسها وإنما بالاجواء التي تخلقها في الاسرة.

ما اردنا قياسه من خلال هذا السؤال هو مفصل دقيق يتعلق بمدى وعي الطلاب بالاتجاهات التي تبرز لديهم بشكل واضح وما موقفهم منها وكيف يرونها ويفسرونها، وهو ما يتعلق بجانب مـن فرضياتنا السابقة المتعلقة بدور وسائل الاعلام بغرس انماط معينة مـن الاتجاهـات الـسلوكية والمعرفية لدى الأفراد. ومسئوليتها عن الكثير من الانماط السلوكية الجماعية التي تتحول الـى ظواهر غريبة ومتجاوزة لكل الحدود، والرياضة تشكل مثالا جليا على هذه القدرة التي تمتلكهـا وسائل الاعلام والدور الذي تضطلع به.

السؤال السادس، وقد جاء على الصيغة التالية: اهتمام الفتيات والشباب بالدراما والمسلسلات هو في حدوده الطبيعية، واعتبره من اشكال التسلية غير الضارة.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
6	اهتمام الفتيات والشباب بالدراما والمسلسلات هو في حدوده الطبيعية، واعتبره من اشـكال التسلية غير الضارة .	2.95	متوسط

وبلغ المتوسط الحسابي للاجابات على هذا السؤال 2.95 وهو يشير الى نسبة متوسطة توافـق على مضمون السؤال، وهو ما يدل ان هذه النسبة من الطلاب تعتبر الاهتمام الذي يبديـه كـلا الجنسين من الشباب بالدراما والمسلسلات هو في حدوده الطبيعة وأنه يشكل تسلية غير ضـارة. والمتوسط الحسابي هو اقل من المتوسط الحسابي للسؤال السابق لكنه يقع في خانته .

وعلى كل حال فإن المقابلات بينت نتائج اكثر تفصيلا في هذا الجانب، حيث أبدت متوازنة مـن الطلاب ميلا الى اعتبار هذا الاهتمام الوارد في السؤال هو زائد عن الحدود الطبيعية لأنه يـأتي على حساب اهتمامات أخرى من المفترض ان تكون اكثر اهمية، مثل الدراسة والعمل المنزلي. وذهب عدد من الطلاب الى اعتبار ان المسلسلات والدراما الرائجة على الشاشات تحمل بعـض السلبيات والاخطار على مجتمعنا، وأما البقية فذهبوا الى انها تشكل تسلية غير ضارة، وأن هناك وقت فراغ كبير لا بد من ملئه، وهو ما تملأه مشاهدة الدراما على التلفزيون. وعلى كـل حـال وفي كلى الفريقين فلم نلمس اي رأي أو قناعة مبنيـة علـى وعـي متماسـك بآثـار الـدراما والمسلسلات في ميادين التطبيع الثقافي وصياغة القيم او صناعة ثقافة شاملة تتعدى ملء وقـت الفراغ او التسلية الى تعزيز انماط سلوكية على صعيد الاستهلاك والتذوق الجمـالي والـتقمص ألأخلاقي يصل حد الإغتراب الكامل عن واقع الحياة المعاشة بالنسبة لمجتمعاتنا.

وما أردناه عموما من السؤال هو القاء الضوء على بعض جوانب وعي الطلاب بهذا المظهر من مظاهر السلوك لديهم. حيث اظهرت المحاور السابقة نوعا من الإقبال على هـذا النـوع مـن المضامين الاتصالية. وهو ما يمكن ربطه ايضا ببعض فرضياتنا الـسابقة عـن دور وسـائل الاعلام في إغراق جمهورها بأنواع متعددة من الدراما التي تبرز فيها سمة الابهار والاثارة اكثر مما يبرز طرح المشاكل الاجتماعية الحقيقية والافكار المتعلقة بحلها، وهو ما يرتبط بدور وسائل الاعلام في حرف الوعي وتزييفه ونقل المشاهد الى عوالم افتراضية وصرفه عن واقـع حياتـه الحقيقية واشكالياتها . بما يشكل حالة من الوعي المسطح والتغريب لديهم.

السؤال السابع، وقد جاء على الصيغة التالية: قد تحمل المسلسلات والافلام الغربية والمدبلجـة بعض المضامين الغريبة على ثقافتنا لكنها لا تشكل خطرا جديا على هذه الثقافة.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
7	قد تحمـل المسلـسلات والافـلام الغربيـة والمدبلجة بعض المضامين الغريبـة علـى ثقافتنا لكنها لا تشكل خطرا جديا على هـذه الثقافة .	2.62	متوسط

وقد سجلت الاجابات على هذا السؤال اقل متوسط حسابي بين اسئلة المحور، بواقع 2.62 وهـو يقع في بداية المتوسط. ويشير الى ان هذه النسبة من الطلاب يوفقـون علـى ان المسلـسلات والأفلام الغربية والمدبلجة قد تحمل مضامين غريبة على ثقافتنا لكنها لا تـشكل خطـرا جـديا عليها. وتشير النسبة الى ان هناك نسبة موازية في الحجم ربما لا توافق على هذه المقولة.

وأما فيما يتعلق بالمقابلات فقد فهناك ما يشبه الاجماع من قبل الطلاب على ان الدراما والأفلام الغربية والمدبلجة تحمل أخطارا متفاوتة لقيمنا الدينية والثقافية. ولكن ليس هناك اجمـاع علـى طبيعة هذه الأخطار وحجمها وقيمتها، فالطلاب يبنون إجماعهم على ما تظهره هذه المـضامين الاتصالية من بعض المشاهد الغير منضبطة بمعاييرنا الأخلاقية والدينية، وأما ما خلا ذلك فهناك نسبة كبيرة تقول ان المسلسلات والافلام المذكورة تحمل قصصا يمكن متابعتها والتعرف علـى الثقافات الأخرى التي تمثلها وأن هذا جيد. وهناك من قال ان الأفلام الأمريكية تحديـدا تحمـل مضامين بناءة فهي في الغالب تحمل قصة حقيقية وتعالج مشكلة واقعية .. وأما البعض الآخـر وخاصة الفتيات فهن يملن الى ان هذه المسلسلات والافلام تعكس الواقع وأن عرض الواقع كما هو انما يساهم في حل مشاكله.

ونحن هنا نذكر بمستويات الإقبال على هذه الافلام والمسلسلات خاصة تلـك المدبلجـة منهـا كالتركية والمكسيكية وغيرها. فقد توضح لنا من المحاور السابقة ان نسبة عالية مـن الطـلاب خاصة الاناث منهم يتابعون بشغف الكثير من هذه المسلسلات، وربما يقبل الطلاب بشكل اوسع على الافلام الامريكية وخاصة تلك العنيفة والمثيرة. وعموما فإن هذه المضامين انمـا تـشكل جزءا من اهتمام الأفراد وهي ترسم لهم جانبا كبيرا من خارطتهم المعرفية، خاصة فـي ظـل غياب وضعف المطالعة وقراءة الكتب الثقافية او الاهتمامات الأخرى الأكثر جدية سواء منها في مجال العمل أو الدراسة.

وأما ملاحظتنا العامة على الطلاب فحتى الطلاب الذين يبدون رفضهم للكثير من القيم التي تنقلها هذه المسلسلات والأفلام لا يبدو عليهم انهم ممن اقلعوا عن مشاهدتها او حتى خففوا منها نتيجة لهذه القناعة، كما لا يبدو عليهم من خلال سلوكهم الظاهر على الاقل انهم يقيمون كبير الاعتبار لقيمنا الثقافية التقليدية او الأصيلة. وهو ما اعتبره جزء من الاشكالية التي نحاول فهمها هنا، فالكثير من الطلاب يحملون بعض الآراء العامة والتي تبدو في ظاهرها واعية او تستند الى قاعدة فكرية أو تقوم على مبادئ معينة يتضح انها نوع من الجمل النمطية التي يحفظها الافراد ويرددونها. ولكنهم لا يتمثلونها على صعيد السلوك الفعلي. وهو ما ينطبق على موقف الطلاب من المسلسلات والأفلام الاجنبية والمدبلجة، حيث يرددون العبارات المعلبة حول خروج الممثلين عن الآداب والقيم خاصة في بعض المشاهد العاطفية وبالتالي فهذا يتنافى مع القيم، وأما ما عدا ذلك فالامور لا بأس بها.

السؤال الثامن، وقد جاء على الصيغة التالية: لدي قناعة بأن معظم المسلسلات والافلام العربية الحديثة تعكس واقع المجتمعات العربية وتعالج كثيرا من القضايا التي يعيشها الانسان العربي.

رقم الفقرة	فقرات المجال	المتوسط الحسابي	اتجاهات الطلبة
8	لدي قناعة بأن معظم المسلسلات والافلام العربية الحديثة تعكس واقع المجتمعات العربية وتعالج كثيرا من القضايا التي يعيشها الانسان العربي .	3.33	متوسط

وقد حققت الاجابات على هذا السؤال متوسطا حسابيا بلغ 3.33، وهو يشير الى ان النسبة الراجحة من الطلاب تميل الى الموافقة على ان المسلسلات والافلام العربية الحديثة تعكس واقع مجتمعاتنا العربية وتعالج الكثير من القضايا التي نعيشها.

وأما المقابلات فقد أظهرت نتائج متفاوتة، فالبعض يقول ان المسلسلات العربية لا تحمل نفس المضامين في كل الأوقات، فالمسلسلات السورية غالبا ما تكون جادة وتحمل قيمة فعلية كون العديد منها يناقش قضايا واقعية او يعيد التأكيد على بعض القيم التراثية. والبعض قال ان الافلام الحديثة خاصة المصرية منها لا تحمل اي مضامين جدية وإنما هي كوميديا وتسلية فقط. وعموما فرغم تباين الآراء فلم نلمس وعيا متماسكا بدور هذا النوع من الفن (الدراما والسينما) في التأثير على المنظومات المعرفية للافراد سلبا او ايجابا. فحتى من ينتقد هذا الجانب او ذاك لا يظهر انهم يعون تماما الدور التدميري الذي من الممكن ان تلعبه اشكال الفن الاستهلاكي

خاصة هذا النوع (الدراما والسينما) على المتلقين. ويبدو واضحا ان النقد يطال بعض القضايا السطحية ولا يدخل الى اعماق الازمة بالنسبة للكثيرين ممن استفتيناهم.

وعموما فقد طرحنا السؤالين الآخيرين في اطار تحسس عناصر وملامح وعي الطـلاب فيمـا يتعلق بهذا النوع من الفنون سواء ما كان منها منتجا محليا أو مستوردا مـن الخـارج. وكـلا النوعين يغلب عليهما التسطيح والتغريب والاستهلاك. ومرة أخرى فنحن امام صورة تظهر لنـا ضعف وعي الأفراد بالدور التخريبي الذي يلعبه الفن الاستهلاكي في صياغة انمـاط المعرفـة والوعي لديهم . ويبدو لنا ان الكثير من انواع الفن الاستهلاكي قد تسربت الى واقعنا وهي تساهم بشكل كبير في رسم وتشكيل انماط معينة من الوعي لدى شرائح متعددة من افراد المجتمع لدينا ، وتبقى شريحة الشباب على رأس الشرائح المستهدفة من قبل قوة رأس المال المسيطرة لتشويه اي شكل من اشكال الوعي الحقيقي بواقعهم بما يحول دون مساهمتهم فـي صـياغة مفـاهيمهم ومفرداتهم وصناعة مستقبلهم. وهو ما يشكل جزءا من بعض فرضياتنا السابقة حول دور الميديا وصناعاتها المختلفة في صناعة الوعي والثقافة بما يخدم مصالح معينة داخل البناء الاجتمـاعي ويستثني المصلحة الحقيقية للافراد.

الفصل السادس

خاتمة الدراسة - الملخص العام للنتائج

الملخص العام للنتائج :

لا بد لنا في النهاية من تلخيص نتائج هذا البحث الذي حاولنا خلاله دمج اكثر من منهجية سواء على مستوى جمع المعلومات او تحليلها، ونحن اذ نقدم هذه النتائج فإنما نلفت النظر الى اننا توخينا اقصى غايات الحذر في التعميم، اضافة الى اننا ندرك تماما ان هذا البحث انما قدم قراءة تحليلية ربما تفتح الباب على المزيد من الأسئلة أكثر من الاجابات التي حاول طرحها. وربما نكتفي هنا بمجرد الاشارة الى ان هذه النتائج انما تمثل تحليلنا العام الذي دمج ما كان منها كميا او كيفيا وسواء ما استقصي منها باسلوب الاستبيان او المقابلات الفردية منها او الجماعية . وكنا نطمح من وراء ذلك الى تحقيق قناعتنا المتعلقة بأن القراءة الأمثل لأي موضوع انما تتحقق من خلال تسليط الضوء على اكثر من جانب من جوانبه وهذا ما لا يمكن تنفيذه إلا من خلال منهجيات متعددة، تجعل منه أكثر ميلا للتجسد بأبعاده المختلفة كما لو كان حقيقة مادية ملموسة.

عموما فإننا نستطيع تلخيص نتائجنا ضمن النقاط التالية:

أولا: بالنسبة للتحليلات الاحصائية للاستبيان فقد اوردناها في باب منفصل بارقامها وجداولها التي شملت الكثير من المتغيرات، وقد عرضناها بدون تحليلات اضافية واكتفينا بمجرد عرض الدلالات الكمية للمتغيرات الواردة فيها وكثير منها لم يدخل ضمن فرضياتنا الاساسية التي اخذت بالاعتبار الدلالات النوعية كحصيلة عامة لجميع المنهجيات البحثية سواء الاستبيان ام المقابلات بنوعيها الفردي والجماعي.

ثانيا: توزعت النتائج النهائية للبحث على سبعة محاور:

أ- المحور الأول : طبيعة التعرض لوسائل الاعلام .

ضم هذا المحور عشرة اسئلة حاولت تقصي طبيعة التعرض لوسائل الاعلام ومدى الاعتماد عليها من قبل افراد مجتمع البحث، وقد تضمنت استفسارات حول حجم الوقت الذي يقضيه الافراد لمتابعة وسائل الاعلام على اختلافها بتركيز خاص على الفضائيات والانترنت كوسيلتين رئيسيتين. الى جانب الوسائل الاخرى كالصحف والاذاعات. وقد اظهرت النتائج

1- ان التعرض لوسائل الاعلام هو من الانشطة الاساسية بالنسبة للطلاب وأنهم يقضون اوقاتا طويلة بشكل يومي ومنتظم في متابعتها وأن هذا النشاط يحتل مكانا متقدما بين الانشطة التي تشغل اوقاتهم مقارنة بالانشطة الاخرى.

2- أن الفضائيات والانترنت يحتلان مساحة واسعة بين وسائل الاعلام عموما في نسبة الاقبال والمتابعة. وذلك مقارنة ببعض وسائل الاعلام التقليدية كالصحف الورقية والاذاعات والتي بينت النتائج انها تشغل حيزا ضعيفا في مساحة المتابعة والتعرض لوسائل الاعلام.

كما توضح النتائج ان كلا من الفضائيات والانترنت هما الوسيلتين الاكثر مركزية في التأثير على حياة الطلاب وروتينهم اليومي وأنهما دخلا عالم الأفراد بقوة.

3- أن الافراد يظهرون ميلا للمشاركة في تلقي المضامين الاعلامية عموما. وهو ما يترك اثرا في تقارب الميول والاتجاهات لديهم والتي تكاد تتطابق مع تلك الاتجاهات الاستهلاكية التي دأبت وسائل الاعلام على تطبيع الافراد معها.

4- وبينت النتائج ان النسبة الغالبة من الطلاب يعتمدون على وسائل الاتصال في تلبية بعض احتياجاتهم الجدية في مجال الدراسة والعمل كالحاجة الى البحوث العلمية او الاكاديمية ضمن متطلباتهم الجامعية بدون التدقيق في الشروط التي تؤكد صدقيتها وموضوعيتها ورصانتها العلمية. وهو ما يفتح الباب امام اسئلة كثيرة حول البنية المعرفية التي يكونها الطلاب تحت تأثير مثل هذه الانماط من المعارف.

5- تبين النتائج ان الطلاب يعتمدودن بشكل كبير على وسائل الاعلام والاتصال المختلفة في تلبية الكثير من حاجاتهم النفسية في التسلية وقضاء الوقت، وهو ما يرتبط بشكل وثيق بنوعية المضامين التي تزخر بها وسائل الاعلام وانعكاس ذلك على ميول الافراد وشخصياتهم. في حين يبدو واضحا ان وسائل الاعلام قد احتلت مكان الكثير من المؤسسات الاجتماعية التي كانت تلبي مثل هذه الحاجات.

6- تشير النتائج الى ان وسائل الاعلام تساهم في انفصال الطلاب عن منظوماتهم القيمية الاجتماعية حيث يبدو ذلك واضحا في انماط اللبس والطعام والاستهلاك او السلوك تجاه الآخرين. مما يطرح الكثير من الاسئلة حول وسائل الاعلام ومن هي الجهات التي تمولها وتتحكم بمضامينها والاهداف والمرامي المرسومة من وراء ذلك.

7- تبين النتائج ان علاقة الطلاب ببعض وسائل الاتصال هي قوية في الغالب وتتحول في بعض الاحيان الى علاقة مفرطة وباشكال هوسية وادمانية. وإجمالا فإن النتائج تشير الى ان هذه العلاقة بشكل عام خرجت عن كونها مترددة او ظرفية، اي انها تحولت لدى الغالبية الى حاجة لا الى خيار، بكل ما تحمله كلمة حاجة من معنى وما تستدعيه من اشباع.

8- تبين النتائج ان النسبة الراجحة من الطلاب يظهرون اشكالا متنوعة من الثقة بوسائل الاعلام وانهم لا يمتلكون اية معايير حقيقية لمحاكمة معظم المضامين التي يتلقونها، مما يسهل دور وسائل الاعلام في غرس الكثير من القناعات لديهم.

ب - **المحور الثاني - المضامين الإعلامية**

ضم هذا المحور أحد عشر سؤالا ولجت الى صميم المضامين الاعلامية التي لاحظنا ان الطلاب يتابعونها او يهتمون بها. وذلك كجزء من فهم طبيعة العلاقة بين هـذه المـضامين مـن جهـة واتجاهات الطلاب وقناعاتهم من جهة أخرى. وقد بينت النتائج ما يلي.

1- تبين النتائج ان الكثير من المضامين الاعلامية ذات الغرض الترفيهي مثل الأخبار المتعلقـة بالرياضة والغناء والفن الاستهلاكي تحتل مكانا متقدما في جدول المضامين الأكثر متابعـة واهتماما من قبل الطلاب. وان هذا الاهتمام يأتي على حساب اهتمام الطلاب بمسائل اكثـر ارتباطا بواقع حياتهم الدراسية والاجتماعية والسياسية. وهذا يشير الى مدى ما فعلته وسائل الاعلام بأجندات الجماهير وترتيبهم لاولوياتهم المعرفية بشكل عام.

2- تبين النتائج ان الطلاب ينشغلون بالمضامين التي تبثها وسائل الاتصال والاعلام المختلفـة بشكل يضعف كثيرا المساحة التي تشغلها المضامين المعرفية التي تعتمد الكتاب المطبوع او المعارض والمسارح والمؤسسات الاجتماعية والثقافية التي كانت تلعـب دورا كبيـرا فـي تكوين البناء المعرفي لدى الافراد.

3- تبين النتائج ان المضامين الاستهلاكية والترفيهية والمضامين المخصصة للتـسلية وقـضاء الوقت تحتل مساحة واسعة من اهتمامات الطلاب مقابل اهتماماتهم بأي مضامين ذات طبيعة جادة كالادب والفلسفة والتاريخ والفن الجاد.

4- تبين النتائج ان الطلاب غالبا ما تشدهم طريقة واسلوب بـث الموضـوعات والمـضامين، ومدى ما تحققه من اثارة، وهو ما يدلل على ان التركيز لا يكون على محتـوى وتفاصـيل هذه المضامين وأهميتها وإنما على مقدار ما تحققه من اثارة وانفعال. وهو امـر انعكـس على شكل انماط معينة من المتابعة سواء للمضامين الجادة او غير الجادة.

5- تبين النتائج ان الفضائيات هي الوسيلة الأكثر متابعة وتأثيرا في الافراد فيما يتعلق بالاخبار السياسية ليس لأنها الاكثر منطقية ومصداقية وإنما لأنها الاكثـر اثـارة، فـالخبر المقنـع والواقعي بالنسبة للافراد هو ما ترافق مع الصورة والمؤثرات والحركة، وليس الخبر الذي يمتلك عناصر عقلية ومنطقية.

6- تبين النتائج ان الطلاب يقبلون بصورة اكبر على متابعة مضامين التسلية والترفيه كالرياضة والدراما وغيرها مقارنة بالمضامين الفكرية والسياسية الجادة عموما. وتنطبق هذه القاعـدة على مختلف وسائل الاعلام والاتصال ومختلف طرق الاتصال سواء كان اعلاما أو اتصالا

عبر المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي. وهو ما يعكس جزءا من صورة الاتجاهات والاهتمامات لدى الافراد.

7- تبين النتائج أن الشكل الغالب في اتصال الطلاب عبر مواقع التواصل الاجتماعي يميل الى نمط التسلية وتبادل المضامين الخفيفة، فالطلاب يميلون للانخراط في الدردشة والثرثرة والتعارف وتبادل النكات والصور الغريبة والطريفة وأخبار الموضة والرياضة ونجوم الغناء والدراما والمضامين الدينية الخفيفة كالادعية والخواطر بصورة اكبر مقارنة بتبادل المضامين الجادة كالمواضيع الفكرية والسياسية والادبية والفنية. وتبدي نسبة وازنة منهم نفورا واضحا من المواضيع الجادة وتبادلها عبر هذه المواقع.

ج - **المحور الثالث - انماط التوجهات لدى الطلاب على المستويات الجادة** وعلاقتها بوسائل الاتصال.

لقد هدف هذا المحور لربط وسائل الاعلام والمضامين التي تبث عبرها بالتوجهات على المستويات الجادة لدى الطلاب والتي تشمل مواقفهم السياسية والفكرية والايدلوجية واهتماماتهم الادبية والجمالية والفنية، بما يعكس بعضا من ملامح البنية المعرفية العميقة الكامنة التي تمثل واقع الوعي العام لديهم على هذا المستوى. وذلك ضمن التوجه العام لبحثنا هذا والرامي الى تفكيك العلاقة بين الجمهور من جهة ووسائل الاتصال من جهة ثانية. وقد بينت النتائج ما يلي.

1- يبرز لدى الطلاب ملامح متشابهة تشكل ما يشبه النمط العام للوعي تجاه الموضوعات السياسية والفكرية والايدلوجية، ويميل الطلاب بشكل واضح الى تبني مواقف متشابهة اكثر من ميلهم للتنوع والفرادة والاستناد الى قاعدة فكرية ثابتة، فلا تجد اتجاهات سياسية أو فكرية متمايزة ومتماسكة مثل الماركسية والقومية أو اليسارية والليبرالية والاسلامية في تنوعها وفرادتها. وهو ما يتطابق مع فرضيتنا في التنميط وثقافة الزي الواحد (uniformity) السائدة في اوساطهم على هذا المستوى.

2- تظهر النتائج ان وسائل الاعلام تلعب دورا اساسيا في هذا التنميط، لا سيما وأن معارف الطلاب في هذا المستوى تبدو مستمدة في أغلبها من هذه الوسائل من شيوخ الفضائيات والمعلقين السياسيين ومحطات الاخبار. وليس من الكتب او من الانشطة البحثية او الاكاديمية او من المؤسسات السياسية والفكرية أو البيئة الثقافية في المجتمع المحلي. ويبرز لدى الطلاب التعلق ببعض المقولات التي تشبه الكليشيهات في السياسة والادب والفكر، اكثر منها متعلقة بوعي حقيقي بطبيعة هذه المواضيع. وهو ما نستطيع ربطه بطريقة وسائل الاعلام في تعميم بعض المقولات القصيرة والمبتورة ونشرها على اكبر صعيد ممكن.

3- تبين النتائج ان انخراط الطلاب في اي شكل من اشكال السلوك او النشاط السياسي هو في حدوده الدنيا او هو شبه معدوم. مما يدعونا للقول ان الاشكالية تتعدى عدم الاهتمام والمتابعة الى عدم المشاركة الفعلية في اي نشاط سياسي منظم .مما يشير الى هشاشة وضعف التنوع في مصادر معرفتهم من جهة، و يترك مزيدا من المساحة امام وسائل الاعلام لاعادة تشكيلهم على هذا المستوى من جهة أخرى.

4- يمتلك الطلاب قدرة ضعيفة لا تمكنهم من الربط بين المستوى السياسي والفكري والادبي وبين الواقع المعاش الذي ينخرطون فيه، فهذا الميدان لا يقع في الغالب ضمن اولوياتهم واهتماماتهم الفكرية والسلوكية، فالسمة الغالبة هو النفور من هذا المستوى وعدم الشعور بضرورة الاهتمام به او تحصيل اي شكل من المعرفة فيه. فالطلاب يجدون أن هذا الميدان هو غير ذي صلة بالواقع الذي يعيشونه. وانه لا يمكن ترجمته الى شئ ملموس في حياتهم، وهو ما يتفق مع دور وسائل الاعلام في تشتيت وتحطيم قواعد الوعي العام وصرف التركيز والاهتمام بالاتجاهات ذات الطبيعة الترفيهية والاستهلاكية.

د - المحور الرابع - انماط التوجهات لدى الطلاب على مستويات التسلية والاستهلاك .

- أنماط الوعي لدى الشباب على المستويات غير الجادة وعلاقتها بوسائل الاعلام .

إذا كانت التوجهات على المستويات الجادة لدى الطلاب تعكس الوجه الأول للبنية الكامنة التي تمثل واقع الوعي العام لديهم فإن التوجهات على مستويات التسلية والترفيه والاستهلاك انما تعكس الوجه الآخر لهذا الواقع. ولا بد من الاشارة هنا الى جانب من فرضياتنا المتعلقة بانخراط الطلاب عموما في اشكال مختلفة من ثقافة الاستهلاك والتسلية التي تروج لها وسائل الاعلام وهي وإن اختلفت في الشكل فإنها لا تختلف كثيرا في المضمون فهي تنتمي لنفس النوع. وقد برز في هذا المحور النتائج التالية:

1- تبين النتائج ان اهتمام الطلاب بأخبار الرياضة ونجومها وأبطالها وأخبار الدراما والغناء ونجومها يتخطى المستويات العادية التي تجعل منه متوازنا مع غيره من الاهتمامات. فالنسبة الغالبة تقضي وقتا ثمينا في رصد وتتبع هذه المضامين كما يشكل هذا النمط من الثقافة الاستهلاكية عالما متكاملا بالنسبة لهم. مع اختلاف التركيز في مستوى الاهتمام حيث يبرز لدى الشباب اهتماما اكبر في عالم الرياضة وأما الفتيات فيبرز لديهم اهتمام اكبر بعالم الدراما والغناء والمسلسلات.

2- تبين النتائج ان الطلاب يعرضون انفسهم لسيل غامر من (ثقافة الاخبار الرياضية والدراما والغناء والنجوم)، مما يعكس بعض ملامح وعناصر التكوين الثقافي الظاهر والباطن

بالنسبة للكثير منهم، وتوضح النتائج ان نسبة متوسطة من الطلاب هـم فعـلا متـأثرون بأبطال هذه الميادين ويتخذ البعض منهم مثلا ونماذج في البطولـة والنجوميـة والـسلوك. ورغم ان الطلاب يميلون غالبا الى اخفاء تأثرهم برموز ونجوم هذه الميادين بسبب بعـض المعايير والقيم التقليدية، يبدو واضحا انهم يشكلون جزئا من احلامهم وعـالمهم البـاطني واهتماماتهم ويشاركون في صياغة منظوماتهم القيمية والسلوكية، ويبدو هذا واضـحا مـن مظهرهم الخارجي وترديدهم لاسماء وابطال هذه الميادين واعجابهم بالكثير مـن عناصـر بطولتهم وتفردهم. وهو امر استطاع الاجابة على بعض جوانب فرضياتنا المتعلقـة بـدور وسائل الاعلام وما تطرحه من امثلة وقيم ونماذج ومدى استجابة الطـلاب وتمـثلهم لهـا وانعكاس كل ذلك على منظوماتهم ومعاييرهم ونظرتهم لذاتهم وسلوكهم .

3- تبين النتائج ان وسائل الاعلام تترك اثرها الواضح في صياغة القـيم الذوقيـة والجماليـة بالنسبة لغالبية الطلاب، فهم يهتمون كثيرا بالمظهر الخارجي سـواء بالنـسبة لانفـسهم او للآخرين، وهم غالبا ما يحكمون على الافراد وشخصياتهم بالاستناد الى هذا المعيار. وهـو ما يدل على تأثر واضح ينحو باتجاه القيم الذوقية والجمالية الاستهلاكية التي تصلهم عبـر وسائل الاعلام. ويتضح ذلك من خلال اتفاقهم على معاني ومضامين نمطية ومتطابقة لعبارة (الانسان العصري) او (الستايل). وهي في اغلب الحالات تدل على الذي يلـبس بـشكل عصري والذي يبدو على سلوكه واهتماماته واتجاهاته الظاهرة سـمات ثقافـة الاسـتهلاك الحديثة.

هـ- المحور الخامس : المكونات الثقافية الأخرى .

لقد بحثنا في هذا المحور عن اهم ملامح التكوين الثقافي الاساسي للطلاب بعيـدا عـن وسـائل الاعلام. ومن المنطقي والطبيعي افتراضنا المبدئي ان وسائل الاعلام لا تعمل منفردة وانهـا لا تكتب على صفحة بيضاء، فوسائل الاعلام كانت وما تزال تعمل ضمن تكوين ثقافي معقد يستند الى مؤسسات وتنظيمات اجتماعية وثقافية منها التقليدية ومنها الحديثة وجميعها لا تـزال تعمـل بأدوار متفاوتة القوة على صياغة التكوين المعرفي والثقافي للافراد . ومن اهـم النتـائج التـي توصلنا اليها في هذا المحور.

1- تبين النتائج ان القاعدة المعرفية التي يمتلكها الطلاب من خارج وسائل الاعلام هي قاعـدة ضعيفة وهشة البنية. يتضح ذلك من خلال عزوفهم الواضح عن قـراءة الكتـب الثقافيـة باشكالها المتنوعة، فالقراءة والمطالعة ليست من بين اهتمامات الطلاب ولا تـشغل ثقافـة الكتب اي مساحة في تكوينهم الثقافي والمعرفي.

2- تبين النتائج ان البيئة الاجتماعية والاسرية التي ينشأ في ظلها الطلاب لا تشكل بيئة غنيـة يمكن لهم ان يستفيدو منها في بناء اطار ثقافي ومعرفي متماسك على المـستوى الفكـري والسياسي والادبي. فهم في الغالب ينتمون الى اسر يغلب على اهتماماتها امـور المعيـشة اليومية والاحتياجات الأولية ولا تعير كبير اهتمام لمثل هذه المستويات.

3- تبين النتائج ان الفترات التي انتظم فيها الطلاب على مقاعد الدراسة فـي مدارسـهم قبـل دخولهم التعليم الجامعي كانت من الفترات الفقيرة للغاية في التحصيل الثقافي والمعرفي العام على المستويات الفكرية والثقافية والايدلوجية الحرة. ويرجع ذلك الى ان المناهج لم تـساهم في توجيههم لمثل هذه الاهتمامات، وتشير النتائج الى ان المدارس بمدرسيها وطلابهـا لـم تشكل بيئة مشجعة لأية نشاطات غير منهجية تتعلق بالميادين المذكورة ولم تلعـب اي دور ملحوظ في تنمية هذه الميادين وأنها بقيت تمارس دورها التربوي التقليدي بعيـدة عـن ان تمارس اي دور في التوعية او التثقيف السياسي أو الفكري الحر.

4- تبين النتائج ان البيئة الاجتماعية المحلية التي عاش بها الطلاب لم تساهم في تثقيف الطلاب باي اتجاهات سياسية او فكرية، وان علاقات الطلاب فيها بأي مـن القـادة الـسياسيين او الاجتماعيين او المثقفين بقيت ضعيفة وفي حدها الأدنى، فلم يشكل اي من هؤلاء مثالا اعلى او قدوة تحتذى لأي من الطلاب، ولم تلعب اي شخصية حزبية او سياسية او قيادة اجتماعية دور الموجه والمعلم او تساهم بأي شكل في تنمية المعرفة السياسية والفكرية لدى الطلاب.

5- تبين النتائج ان سلطة وسائل الاعلام بقيت غير منقوصة وتمـارس دورهـا بحريـة ودون منافسة من اي علاقة أو تدخل من قبل المؤسسات الاجتماعية او السياسية الفاعلة في محيط الطلاب الاجتماعي والثقافي.

و- المحور السادس : مستوى الثقة بوسائل الاعلام .

لقد حاول هذا المحور تفكيك العلاقة بين الافراد ووسائل الاعلام من زوايا مدى الثقة التي يوليها الافراد لهذه الوسائل ومدى ادراكهم لطبيعة عملها وأغراضها السياسية والفكريـة والايدلوجيـة وارتباطاتها من هذه النواحي او وعيهم بطبيعة الرسائل التي تبثها وعلاقة مضامينها بالاغراض والاهداف التي ترغب هذه الوسائل والجهات الداعمة لها بايصالها او غرسها لـدى الجمـاهير. ويمكن تلخيص اهم النتائج ضمن النقاط التالية.

1- ضعف القدرة لدى الطلاب على تمييز وفـرز المـضامين الاتـصالية والاعلاميـة التـي يتعرضون لها، ويتجلى ذلك بأشكال مختلفة من التقييمات التي تركز علـى قـوة القنـاة او

الموقع وقدرتها على الابهار والاثارة والامكانات الفنية العالية التي يمتلكهـا مقابـل مـدى الصدقية والموضوعية والعقلانية التي تطرح بها هذه المضامين.

2- ضعف الوعي العام بالظاهرة الاعلامية والاتصالية من حيث علاقة وسائل الاعلام بالجهات السياسية والاقتصادية التي تمولها، وانعدام الوعي بطريقة عمـل هـذه الوسـائل وطبيعـة الرسائل التي تبثها ، والانخداع بشعارات الحرية وتعددية المضامين الاعلامية وصـدقيتها وموضوعيتها.

3- تبين النتائج ان تعامل الطلاب مع وسائل الاعلام هو تعامل يتم في الغالـب بانفتـاح تـام وبتلقائية وسلاسة كبيرة وبدون الكثير من التحوط والاحتراز وبدون اخذ المحـاذير بعـين الاعتبار، وهو ما يتضح من خلال تواصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها، فهـم يدونون كل معلوماتهم الشخصية ويكشفون مواقفهم واتجاهاتهم سواء السياسية او الفكرية او حتى هواياتهم وما يحبون ويكرهون بدون الكثير من الحرج. وهو ما يلفت الانتباه الى مدى الثقة التي يوليها الافراد لهذه الوسائل. وهو ما يستند في الغالب الى ضعف الوعي بطبيعـة هذه الوسائل ومدى خطورة الدور الذي من الممكن لها ان تلعبه في حياتهم.

ز- المحور السابع: مواقف الشباب من بعض القضايا على المستويات الفكريـة والـسياسية والحياتية الراهنة العامة

وقد حاولنا من خلال هذا المحور ربط ما يجري من أحداث مصيرية علـى سـاحتنا العربيـة بطبيعة وعي الأفراد بها ودور وسائل الإعلام في تكريس اشكال وانمـاط معينـة مـن الفهـم والمواقف لديهم. آخذين بعين الاعتبار ان حجم ونوع مساهمة الشباب في هـذه الأحـداث هـو الشكل الأكثر بوروزا ومحورية.

1- تبين النتائج ان وسائل الاعلام تلعب دورا واضحا في في تشكيل نمط معين مـن الـوعي بالاحداث الجارية على الساحة العربية وفرضه على الجماهير، وأن هذا الدور يتجلى فـي قدرتها على التأثير في مواقف تكون متنوعة في الاساس وتنتهي لتكون نمطية وذات صبغة معينة وأقرب الى لون موحد، وما يجعلها تحقق دورها بنجاح يرتبط فـي الغالـب بالبنيـة المعرفية الهشة التي تمتلكها قطاعات كبيرة من الجماهير.

2- تبين النتائج ان هناك دورا كبيرا تلعبه وسائل الاعلام في توجيه الرأي العام نحو الكثير من القضايا والاحداث السياسية في منطقتنا. وانها تعمل على ترسـيخ الكثيـر مـن القناعـات واشكال الوعي والصور النمطية، وهو ما يبدو واضحا من خلال تطابق آراء واسـتجابات الطلاب للكثير في الكثير من الاتجاهات المذكورة.

3- تبين النتائج ان وسائل الاعلام تتناغم في عملها على خلق ارضية متجانسة من الوعي لدى الافراد، فبعضها يعمل ضمن مستويات نقل الحدث المباشر والترويج لبعض الحقائق التـي تشهدها المنطقة وساحاتها، والبعض الآخر يعمل على مدى اطول واستراتيجية ابعد تتركـز في الغالب على خلق ارضية معرفية هشة وضعيفة لدى الأفراد تجعل من مقـدرتهم علـى مناقشة ما يصل اليهم من صور وانماط معرفية قابلة لأن تزهر وتثمر لا بـل ان تـنعكس على سلوكهم في كافة المستويات.

4- تبين النتائج ان وسائل الاعلام لعبت دورا كبيرا في غرس الكثير مـن اتجاهـات وانمـاط السلوك والاهتمامات اليومية لدى الافراد، وذلك يبدو جليا من خلال اهتماماتهم بالكثير مـن انماط السلوك التي تروج لها وسائل الاعلام، وهو ما يظهـر بوضـوح علـى مظهـرهم الخارجي واهتمامهم الكبير بالرياضة والموضة والكثيـر مـن انمـاط الـسلوك المتعـددة الاتجاهات.

5- تبين النتائج تأثر الطلاب بالكثير مما يشاهدونه من مـضامين تتعلـق بالـدراما والافـلام والمسلسلات عبر وسائل الاعلام وانعكاس ذلك على منظوماتهم القيمية والذوقية والجمالية، وعدم وعي النسبة الغالبة منهم بخطورة كل ذلك على منظوماتهم القيمية وتهديـد لهـويتهم الحضارية والثقافية.

6- تبين النتائج الضعف الكبير لدى الطلاب في القدرة على تمييز المضامين الاعلامية الجيـدة والبناءة وضعف القدرة النقدية لديهم في تصنيف ما يشاهدونه، وانقلاب الكثير من المعـايير لديهم في هذا الاتجاه ، مما يخلق حالة من التخبط في الحكم، فهم ينحـازون فـي الغالـب لانماط من الدراما والفن والمضامين الاستهلاكية التي يحقق لهم الاثارة والتـشويق مقابـل الصدقية والموضوعية ومدى ما تقدمه هذه المضامين من افكار تتعلق بحيـاتهم وواقعهـم ومشكلاتهم الحقيقية التي يواجهونها.

قائمة المراجع العربية:

أبو اصبع، صالح خليل (2005)، **استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته**،(ط1)، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع .

ابو الحسن، منال (2007)، **اساسيات علم الاجتماع الاعلامي**، القاهرة، دار النشر للجامعات.

أبو عرجة، تيسير احمد (2006)، **قضايا ودراسات اعلامية**، (ط1)، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.

البدوي، محمد علي(2006)، **دراسات سوسيواعلامية**، (ط1)، بيروت :دار النهظة العربية.

تشومسكي، نعوم(2006)**، ارهاب القراصنة وإرهاب الاباطرة قديما وحديثا**،(ط1)، ترجمة: أحمد عبدالوهاب ،القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.

السيد يس، وآخرون(1998)، **العرب والعولمة**: بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية، تحرير اسامة امين الخولي ، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.

العبد، نهى عاطف (2006)، **دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية في ترتيب اولويات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية والعربية والدولية**، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

المبارك، عدنان،مفهوم الحداثة عند ثيودور ادورنو، جريدة الزمان،لندن - بيروت، العدد 1402، 10/1/ 2003.

النمر، اميرة ابراهيم(2004)، **أثر التعرض للقنوات الفضائية في النسق القيمي لدى المراهقين من طلاب المرحلة الثانوية**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

بارسيميان، دافيد (2004)**، الدعاية والرأي العام - احاديث مع تشومسكي**، ترجمة: ابراهيم الشهابي، الرياض،. دار العبيكان للنشر بالتعاقد مع بلوتو برس لندن.

بودريارد، جان (2005)، **روح الارهاب**، ترجمة: بدر الدين عوردكي، القاهرة: منشورات المجلس الاعلى للثقافة.

بودريارد، جان، حرب الخليج لن تقع، **القدس العربي**، لندن،عدد السبت 6 /ابريل ،2007.

برنامج الامم المتحدة الانمائي، **تقرير التنمية الانسانية العربية لعام 2003**: نحو اقامة مجتمع المعرفة في البلدان العربية، نيويورك.

تشومسكي، نعوم(2006)**، ارهاب القراصنة وإرهاب الاباطرة قديما وحديثا**،(ط1)، ترجمة: أحمد عبدالوهاب،القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.

تشومسكي، نعوم (2003)،**القوة والارهاب- جذورها في عمق الثقافة الامريكية**، تحرير : جون جنكرمان وتاكي مساكازو، ترجمة : ابراهيم الشهابي، دمشق :دار الفكر.

تشومسكي، نعوم(1997)، **ضبط الرعاع**، تحرير: دافيد بارسيميان، ترجمة :هيثم حجازي، عمان، الاهلية للنشر والتوزيع.

تشومسكي، نعوم(2005)، **طموحات امبريالية**، تحرير: دافيد بارسيميان، ترجمة: عمر الايوبي، بيروت :دار الكتاب العربي.

تشومسكي، نعوم (2005)،**السيطرة على الإعلام**، تعريب : اميمة عبداللطيف (ط1)، المغرب: اتصالات سبو.

تشومسكي، نعوم (2007)، حرب الإرهاب تتحدى الإمبراطورية، رابط:
http://kefaya.org/Translations/0302Chomsky.htm

حسن، محمد حسن (1993)، **النظرية النقدية عند هربرت ماركيوز**، القاهرة: دار التنوير.

عزي، عبدالرحمن (2004) ،**العرب والاعلام الفضائي**،ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية .

خليل، نجوى،1993 ، اسلوب المناقشة الجماعية، المجلة الاجتماعية القومية ، العدد الأول ، يناير.

رايت، تشارلز (1983)، **المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري**، ترجمة : محمد فتحي، القاهرة :دار المعارف.

ربيع، حامد(1973)،**أبحاث في نظرية الاتصال والتفاعل السلوكي**، القاهرة:منشورات مكتبة القاهرة الحديثة.

شيللر، هربرت(1986)، **المتلاعبون بالعقول**، ترجمة عبدالسلام رضوان، الكويت، المجلس الوطني للثقافة.

عبدالغفار، عادل(2005)، **تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الاخبارية العربية في ضوء آراء عينة من النخبة المصرية**، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

عبدالرحمن، عواطف (1987**)، قضايا التبعية الاعلامية والثقافية في العالم الثالـث** ، القـاهرة دار الفكر العربي.

عثمان ، إبراهيم (2009)،**الفكر الاجتماعي والنظريات الكلاسيكية في علم الاجتماع**، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

عدلي، هويدا،1992، قادة الرأي المفهوم والمنهج، المجلة الاجتماعية القومية ، المركز القـومي للبحوث، العدد الثاني / مايو.

غيدنز، انتوني(2005)، **علم الاجتماع**، ط4، ترجمة فايز الصياغ، بيـروت، مركـز دراسـات الوحدة العربية المنظمة العربية للترجمة.

فرج، صفوت(1982)، الاحصاء في علم النفس ،القاهرة، دار النهضة العربية.

كامل، فرج (1985)، **تأثير وسائل الاتصال -الاسس النفسية والاجتماعية** ، القاهرة، دار الفكر العربي.

كريب، ايان(1999)، **النظرية الاجتماعية من بارسونز الى هابرماس**. ترجمة:حـسن غلـوم، **سلسلة عالم المعرفة**، عدد 244 /ابريل: 134 ـ 145.

ماتلار، آرمان (1991**)، إمبراطورية الإعلام**، ترجمة عزة ابو النصر، القاهرة، دار المـستقبل العربي.

ماركيوز، هربرت(1988)، **الإنسان ذو البعد الواحـد**، ترجمـة :جـورج طرابيـشي، (ط3)، بيروت: دار الآداب.

ماركيوز، هربرت(1971)، **مقال في التحرر**، ترجمة: عبداللطيف شرارة، بيروت :دار العودة.

ماكلوهان، مارشال، (1988)، صورة المكان، **مجلة عين القاهرة**، العدد 102.

محمود، ابراهيم(2005)، عنف العالم، (ط1)،اللاذقية : دار الحوار العربي للنشر والتوزيع.

مصطفى، هويدا (2008)، دور الفضائيات في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الارهاب - دراسة ميدانية على عينة من الجمهور العربي، تونس، **سلسلة بحوث ودراسات اذاعية**، اتحاد اذاعات الدول العربية.

نصرا ، رفيق(2007)، **الامن الاعلامي العربي: اشكالية الدور والهويـة**، ط1،بيـروت، دار رياض الريس للنشر.

هاو، ألان (1992) ،**النظرية النقدية - مدرسة فرانكفورت**، ترجمة: ثائر ديب، دمـشق :وزارة الثقافة - سلسلة آفاق ثقافية.

ياسين، صباح (2004)، احتكار الاعلام في السياسة الامريكية، **المستقبل العربي**، العـدد 303 ايار / مايو.

المراجع بالإنجليزية

Adorno, Theodor W (1992), **The Culture Industry,Selected essays on mass culture**.Edited and with an introduction,by J. M. Bernstein,London and New York: Routledge.

Adorno, Theodor W (2002), **Essays on Music**, ed. RD Leppert, trans. SH Gillespie, Berkeley, University of California Press.

Anderson, F.S (1977), **TV violence and viewer aggression**, Checago,University of Chicago press .

Ang, I. (1991), **Desperately Seeking the Audience**, London: Routledge.

Baudrillard, Jean(2000), **The vital illusion**, edited by Julia Witwer. p. New York, Columbia University Press,.

Bell, D. (1974),The **Coming of Post-Industrial Society**, London, Routledge.

Bernstein, JM (1991), **The Culture Industry-Selected Essays on Mass Culture**,london, Routledge

Berstein, R. (1985), **Habermas and Modernity**, London, Cambridge Press.

Bourdieu, peirre (1998),**On Television**, trans.P.P.Ferguson, New York, New Press.

Boyd. T. (1997), **Basketball, Commodity Culture and Black Masculinity, Sports Media and the Politics of Identity**, Bloomington, Indiana University Press.

Chomsky, Noam (1996), **World Orders Old and New**, Columbia University Press, All rights reserved Originally Published as World Order Old and New by American University in Cairo Press .

Contractor, N.S (1994), **Self-organizing systems perspective in the study of organizational communication**, New Yourk, Albany.

Curran, J. and Gurevitch, M. (1991), **Mass Media and Society**, London, Routledge.

Davis, L.R. and Harris, O (1998), **Race and Ethnicity in US Sports Media**, New York: Routledge.

Defleur and Dennis (1996), **Understanding mass communication,** London Houghton Mifflin company.

Dennett, D.C. (1991), **Consciousness Explained**, New York: Routledge.

Dews, P. (1992), **Autonomy and Solidarity: Interviews with Jürgen Habermas**, London, Cambridge Press.

Durham Meenakshi and Kellner Douglas (2001), **Media and Cultural Studies- Key Works**, Revised Edition, USA,& Oxford, UK,&, Carlton,

Victoria, Australia, Blackwell Publishing Ltd, Malden.
Dutton, W, and Kraemer, K (1987),**Wind Cities**, New York Albany .

Edward S. Herman and Noam Chomsky (1988), **Manufacturing Consent**, New York, Pantheon Books.

Ellis, J. (1982), **Visible Fictions**, London: Routledge.

Baughman, C. (1995),Women on Ice: Feminist Essays, New Yourk, Albany.

Fairclough, D, 2000**,** Discourse ; Social Theory on social research : the Discourse of welfare , **Journal of sociolingustics** , April .

Fishman, J (2001), **Documenting Death ; Photo Journalism in tabloid newspapers**, University of Penn- Sylvania, In partial Fulfillment of Requirements for the degree of doctor of philosophy.

Gorz, A. (1982), **Farewell to the Working Class**, London

Grossberg, L. 1989, The Context of Audiences and the Politics of Difference, Australian Journal of Communication, January 15th.

Habermas, J (1979), **Communication and The Evolution of society**, trans;Thomas Mccarthy, Boston, Beacon Press.

Harison, Martain (1985), **TV News : Who is Bias**, London, Routledge.

Held ,David (1999), **Global Transformation Politics, Economecs and Culture** , Cambridge , MA-Polity.

Herman, S (1997), **The Global Media: The New Missionaries If Global Capitalism** , London: Cassel.

Horkheimer and Adorno.TH (2002**), Dialectic of Enlightenment-Philosophical Fragments -(1947)** ‘ M GS Noerr, trans E. Jephcott, USA: Stanford University Press.

Inglis, F (1990**), Media Theory ,An Introduction** , London, Basil –Black Wall.

Interview, by various interviewers, (1992) Excerpts from Manufacturing Consent, Noam Chomsky and the Media, http://www.chomsky.info/bios.htm

Jorgenson, M &Philip, L (2002), **Discourse Analysis as theory** and method, London, Sage publication.

Kaplan, E. Ann (1995), **Looking for the other and imperial gaze**. New York, London:Routledge.

Kellner, Douglas M (1989), **Critical Theory-Marxism, and Modernity**, New York and London: Routledge.

Kozulin, A. (1990) ,**Vygotsky's Psychology: A Biography of Ideas**, New York, Routledge..

Krout,R, and Limd M. 2000, Asocial technology that Reduces social Involvement and psychological well being, Journal article, published in American psychologist, 21/March.

Levinson Paul(1999), **Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium**, London: Routledge.

Lull, J. (1988) **World Families Watch Television**, CA: Sage, Newbury Park.

Maquail ,Denis (1977), **Mass Communication and Society**, New York, Sage Publication.

Maquel ,D (1981), **The Influence and Effects of Mass Media**, 3 Ed, New York, The Free Press.

Marchand, Philip (1990**), Marshall McLuhan: The Medium and the Messenger,** London& New York :Random House.

Marcuse, Herbert(1991), **One-Dimensional Man**, Second edition, New York: Routledge.

McGrath, J.E. and Hollingshead, A.B (1994), **Groups Interacting with Technology**,CA, Newbury Park.

McQuail, D. (1994), **Mass Communication Theory: An Introduction**, London Routledge.

Michael, M. (2000), **Reconnecting Culture, Technology and Nature: From Society to Heterogeneity**, London, Routledge.

Morley D. (1980), **The Nationwide Audience**: Structure and Decoding, London, BFI Publishing.

Moustaki, N(1982), **Orwell's 1984**, New York: Hungry Minds.
Negroponte, N. (1995), Being Digital, New York, Vintage Books.

Nagel, T. (1986), **The View from Nowhere**, Oxford, BFI Publishing.

Orwell, George (1956),**1984**, London & Boston: Secker, Beacon Press.

Rowe, D. (1996), **The Global Love-match: Sport and Television**, New York: Routledge

Schiller , H (1989), **Culture & Mass Communication**, London, Oxford University Press.

Shusterman, R (1999), **Bourdieu: A Critical Reader**.Oxford: Blackwell Publishers.

Sigman ,St (1990), **Social Communication** , 5-Ed, London, Longman.

Stone, Jennie (2000), **Losing Perspective: Global Affairs in British Terrestrial Television 1989-1999**, London: International Broadcasting Trust .

Smyth ,D (1982**), Depedency Road : Communication Capitalism Consciousness and Canada**, New Jersey, Norwood.

Sussman , G (1991), **Telecommunication for Transnational Integration**, The World Bank In Philippines, London, Sage Publication.

Tichenor ,P and Olien ,C,1970, Mass Media Flow and Differ Growth in Knowledge, Public Opinion Quarterly, Summer,1970, New York.

Todd,Gitlin (1988), How the Torrent of Images and Sounds overwhelms our Lives, **Media Unlimited**,May /18th.

Touraine, A. (1981) **The Post-Industrial Society**, New York.

Tubbs, Stewart (1988), **Systems Approach To Small Group Interaction**, London, Wesley Reading.

Tuchman ,G (1987), **Making News** , New York , Free Press.

Weiskrantz, L. (1986) **Blindsight**, Oxford.

Wells, Alln (1974),**Mass communications**, California: california national press books.

Wilson, Ross (2007), **Theodor Adorno** , USA and Canada :Routledge.

Wimmer,R and Dominick.J (1991), **Mass Media Research – An Introduction** , 3-Ed, California, Wadsworth Publishing Co.

Winston, B. (1998), **Media Technology and Society: A History From** the Telegraph to heInternet,London, Routledge.

Wood, H. and B. Skeggs (2008), **Spectacular morality: "reality" television, individualization and the remaking of the working class**, London and New York, Routledge.

Wright, Ch (1959), **Mass Communication** , A Sociological Perspective New York, Random House.

الملاحق:

- استبيان الدراسة .

الجامعة الأردنيـ ـ ـة

كلية الدراسات العليا

استبيان الدراسة

تهدف هذه الدراسة للتعرف على اشكال وأنماط وعي الشباب بواقعهم وقضايا مجتمعهم وكيفية تكون هذه الانماط، والعناصر الداخلة فيها، ودور وسائل الاعلام في صياغتها، وذلك على كافة المستويات المتعلقة بتوجهات الشباب الفكرية أوالسلوكية، سواء ما يعتبر منها توجهات جادة او تلك المتعلقة بتوجهات التسلية والترفيه والمتعة. كما تهدف الدراسة الى التعرف على طبيعة المضامين الاعلامية التي يتعرض لها الشباب او ينخرطون فيها على اختلاف وسائل الاعلام والاتصال التي يستخدمونها وكذلك التعرف على طبيعة التفاعل مع هذه المضامين .

ونحيطكم علما بأن كافة المعلومات سوف تحظى بالسرية الكاملة ولن تستخدم الا لغايات البحث العلمي مع خالص شكرنا وتقديرنا لكل من يتفضل بالتعاون والتعامل الجاد مع هذا الإستبيان.

إشراف أ.د خير الدين خمش

إعداد خضر العتوم

المعلومات الشخصية:

أ – الجنس

1 – ذكر 2 - أنثى

ب- السنة الدراسية

أ ـ الاولى ب ـ الثانية ج ـ الثالثة د ـ الرابعة

2- منطقة السكن

أ ـ قرية ب ـ بلدة ج ـ مخيم د ـ مدينة

المحاور الرئيسية :

أ - طبيعة التعرض لوسائل الاعلام

الرقم	المواقف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1.	اخصص جزءا من وقتي لمتابعة وسائل الاعلام المختلفة من فضائيات وانترنت واذاعات وصحف بشكل شبه يومي ومنتظم .					
2.	أخصص الجزء الاكبر من وقتي المتاح لمتابعة الفضائيات.					
3.	اخصص الجزء الاكبر من وقتي المتاح للانترنت والمواقع الالكترونية .					
4.	اتابع الاذاعات بشكل عرضي وغير منتظم .					
5.	انا اميل الى قراءة اخبار الصحف اليومية حيث اشتريها بشكل منتظم .					
6.	أنا أفضل متابعة الفضائيات بمشاركة الآخرين سواء الاسرة او الاصدقاء .					
7.	اعتمد كثيرا على وسائل الاعلام لتلبية حاجاتي المعرفية لأغراض العمل والدراسة					
8.	وسائل الاعلام تلبي الكثير من حاجاتي النفسية في التسلية والترفيه .					
9.	اذا مر يوم ولم اشاهد فيه الفضائيات اشعر بعدم الارتياح وبالعزلة عن اخبار العالم .					
10.	اذا مر يوم ولم اشاهد فيه الانترنت اشعر بعدم الارتياح وبالعزلة عن العالم.					
11.	اتابع مواقع الانترنت ولو كان ذلك على حساب وقت العمل والدراسة .					
12.	اتابع الفضائيات ولو كان ذلك على حساب وقت العمل والدراسة					
13.	على العموم ، أنا اثق بمصداقية المعلومات التي تقدمها لي وسائل الاعلام سواء كانت فضائيات أومواقع الكترونية أوإذاعات أوصحف .					

ب ـ المضامين الإعلامية .

الرقم	المواقف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1.	في متابعتي لوسائل الإعلام أهتم كثيرا بأخبار الرياضة .					
2.	في متابعتي لوسائل الاعلام لا اهتم كثيراً بالمواضيع السياسية .					
3.	في متابعتي لوسائل الاعلام أهتم كثيرا بمتابعة الموضة واخبار النجوم من ممثلين ومطربين .					
4.	في متابعتي لوسائل الاعلام أهتم كثيرا بالمواضيع الفكرية وبالشعر والادب والمسرح.					
5.	اقضي معظم وقتي المتاح في التواصل مع اصدقائي عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل التويتر والفايس بوك وغيره.					
6.	اتابع الاخبار المحلية الخاصة بالاردن اكثر من الاخبار الخاصة بالمنطقة العربية .					
7.	تابعت واتابع ما جرى ويجري من احداث سياسية في المنطقة العربية اكثر من الاحداث المحلية في الاردن .					
8.	افضل متابعة الاحداث السياسية عموما من خلال الفضائيات وليس من خلال اي وسيلة اخرى كالمواقع الالكترونية والاذاعات والصحف .					
9.	افضل متابعة المسلسلات والافلام والبرامج الاستعراضية والمسابقات عموما ولا اهتم باخبار السياسة والثقافة .					
10.	المواضيع التي اشارك فيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي مواضيع فكرية او سياسية في الغالب					
11.	المواضيع التي اشارك فيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي غالبا مواضيع تتعلق بالرياضة والغناء واخبار نجوم الفن أو الرياضة .					

ج ـ متغير أنماط الوعي لدى الشباب على المستويات الجادة

الرقم	المواقف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1.	على المستوى الفكري والعقائدي، اعتقد ان الفكر الديني يقدم الحل للكثير من مشكلاتنا الاجتماعية والسياسية.					
2.	افضل العيش في دولة دينية على العيش في دولة علمانية تعددية.					
3.	على المستوى السياسي، اميل الى افكار الاحزاب الاسلامية أكثر من افكار الاحزاب القومية واليسارية.					
4.	بصراحة كثيرا ما اشعر بالملل عند طرح المواضيع السياسية والفكرية الجادة .					
5.	على المستوى السياسي أفضل أفكار الاحزاب الوطنية التي تهتم بالشأن المحلي للاردن .					
6.	بصراحة لا اجد في الأدب والشعر الجاد ما يثير اهتمامي على الاطلاق.					

د ـ أنماط الوعي على مستويات التسلية والترفيه .

الرقم	المواقف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1.	أبطال الرياضة هم ابطالي الحقيقيين الذين يستحقون المتابعة والاهتمام .					
2.	احترم الكثير من نجوم ونجمات السينما والتمثيل وأعتبرهم نماذج تمثل غاية النجاح في الحياة .					
3.	أنا معجب بشكل كبير بالكثير من نجوم ونجمات الغناء واتمنى لو كنت نجما مثلهم .					
4.	أعتبر ان المظهر الخارجي للانسان ولباسه يعكس شخصيته من الداخل .					
5.	على صعيد الاصحاب والرفقاء ، افضل دائما الاشخاص العصريين الذين يهتمون بأخبار الرياضة والنجوم والموضة ولا احب الاشخاص ذوي الميول التقليدية الجادة .					
6.	حتى يكون الانسان عصريا فيجب ان يتابع كل ما يستجد على صعيد الموضة والزينة والمقتنيات الشخصية الحديثة .					

هـ : مكونات ثقافية أخرى .

الرقم	المواقف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1.	قرأت الكثير من الكتب التي تبحث في الشئون الفكرية والسياسية والعلمية المختلفة .					
2.	نشأت في اسرة مهتمة بالشأن الفكري والأدبي والسياسي ولذلك فأنا اهتم بهذه الموضوعات .					
3.	زاد وعيي بالكثير من القضايا السياسية والفكرية في المدرسة التي درست فيها بسبب اهتمام المدرسين والمناهج بهذه المواضيع .					
4.	أحترم الكثيرين من افراد اسرتي وعشيرتي الكبار وهم يمثلون قدوة لي في حياتي .					
5.	لدي صلات قوية بقادة احزاب ووجهاء وشخصيات من مجتمعي المحلي وانا معجب بشخصياتهم وأدائهم .					

و ـ متغير مستوى الثقة بوسائل الاعلام

الرقم	المواقف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1.	بشكل عام ، اثق بمصداقية الأخبار السياسية التي تنقلها وسائل الاعلام التي اتابعها .					
2.	لدي قناعة بأننا نعيش في زمن اكتسبت فيه وسائل الاعلام الكثير من الحرية والموضوعية في نقل الاحداث حول العالم .					
3.	فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي لدي ثقة انها تلعب دورا كبيرا في زيادة الوعي لدى الافراد عموما وتزيد من نسب مشاركتهم السياسية والفكرية .					
4.	مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتر وغيرها هي مواقع موثوقة والمشاركة فيها ايجابية .					
5.	ليس لدي مخاوف من ان تستخدم المعلومات الشخصية التي اضعها على مواقع التواصل الاجتماعي لغير صالحي في اي حال .					
6.	لدي قناعة بأننا نعيش في عصر يتم فيه تداول المعلومات بحرية وديمقراطية وهو امر ايجابي ويعبر عن التقدم والتطور .					
7.	لدي قناعة بأن معظم المواقع الالكترونية سواء كانت مواقع جادة ام ترفيهية لا ترتبط بأي اجندة سياسية او استخباراتية عالمية او محلية .					
8.	مع قناعتي بأن هناك محاذير يجب اخذها بعين الاعتبار لدى التعامل مع وسائل الاعلام إلا انها تعمل لصالح الافراد والجماعات عموما حيث تزيد نسبة معرفتهم عموما .					
9.	القنوات الاخبارية العربية الكبرى مثل الجزيرة والعربية والبي بي سي هي على العموم تتمتع بالمصداقية والمهنية.					
10	اعتمد في متابعتي للأخبار على القنوات العالمية مثل السي ان ان والبي بي سي والاي بي سي وغيرها من القنوات والوكالات العالمية ، واعتبرها اكثر مصداقية ومهنية .					
11	اعتمد في متابعتي للأخبار على القنوات الرسمية واعتبرها اكثر مصداقية من غيرها .					

و- متغير مواقف الشباب من بعض القضايا على المستويات الفكرية والـسياسية والحياتيـة العامة .

الرقم	المواقف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
.1	اعتقد ان الشباب في عالمنا العربي هم اليوم اكثر وعيا على المستوى الفكري والعقائدي والسياسي .					
.2	اعتقد ان الاحداث التي جرت في العالم العربي تعبر عن وعي الشباب بحاضرهم ومستقبلهم .					
.3	اعتبر التحولات التي حدثت في العام الماضي على مستوى المنطقة العربية هي احداث ايجابية وهي ثورات حقيقية وبالاتجاه الصحيح .					
.4	لدي قناعة ان وسائل الاعلام لعبت دورا ايجابيا في نجاح الثورات التي جرت على صعيد المنطقة العربية .					
.5	الاهتمام الكبير بالرياضة لدى الشباب عموما هو امر ايجابي ولا اعتقد انه يتجاوز الحدود الطبيعية .					
.6	اهتمام الفتيات والشباب بالدراما والمسلسلات هو في حدوده الطبيعية ، واعتبره من اشكال التسلية غير الضارة .					
.7	قد تحمل المسلسلات والافلام الغربية والمدبلجة بعض المضامين الغريبة على ثقافتنا لكنها لا تشكل خطرا جديا على هذه الثقافة .					
.8	لدي قناعة بأن معظم المسلسلات والافلام العربية الحديثة تعكس واقع المجتمعات العربية وتعالج كثيرا من القضايا التي يعيشها الانسان العربي .					

MASS MEDIA, YOUTH, AND CONSCIOUSNESS: A FIELD STUDY ON YARMOUK UNIVERSITY STUDENTS

By:
Khader Wael Otum

Supervisor
Majd Aldeen Khamash

ABESTRACT

The main hypothesis of this study is based on the basic idea that media and means of communications, through their different forms and techniques, play a crucial role in the formation of the public culture among all segments of the society. Over time, they have assumed a leading role in the change process that has been taking place in the different levels of awareness among individuals in general and the younger generation in particular. Given that the youth represent an important segment of the society, they are constantly targeted by various forms of communications and media content, produced by hegemonic economic, political and cognitive forces, that seek primarily to provide them with false consciousness and ultimately to control and channel their awareness, convictions and practices at all levels.

Moreover, it is usually hypothesized that students, in particualr, rely heavily on the modern means of communications to meet a large part of their psychological and cognitive needs. This explains why such means target students with various forms of media content and messages that contribute greatly to shaping their priactices, convinctions and values. Several theoretical paradigms have stressed the idea that the culture of modern socieites is produced by the forces that control power and capital. Modern means of communication play a vital role in the continuing process of

producing cutlure, bypassing in this regard the role of traditional social institutions and social spheres in the formation of cognitive systems for individuals and groups.

This study seeks to investigate the main aspects of the relationship between the individuals and the modern means of communications, with special emphasis on the role of these means in forming and instilling various forms of awareness and practices among the younger generation whether at the serious levels, such as the political, ideological, and cultural, or those levels that are related to entertainment, recreation and consumption in general.

This study covers seven main themes that seek to examine the nature of the relationship between media content and the patterns of awareness and practices among the younger generation. These themes include: the nature of media exposure and media content that attract students; patterns of awareness among students at both serious and recreational levels; cultural formations that have helped in producing the cognitive systems among the students; students' level of trust in media; in addition to students' opinions and stands on some important current issues on both local and regional levels and the role of the media in shaping their understanding and interacting with these issues.

As for the theoretical framework, this study is guided by several theoretical paradigms that focus in particular on the phenomenon of communications and its role in producing various cultural formations in the modern society. Along these lines, we have focused on the theoretical schools that employ a critical view of the phenomenon, particularly structuralism and deconstructionism. Therefore, we have maintained a fine theoretical line that has enabled us to examine the different aspects of the subject in a way that does nto lead to many theoretical problems or conceptual contradictions.

The analytical approach employed by this study combines both qualitative and quantitiative results that were collected through methods of personal and collective in-depth interviews as well as the questionaire. The main results were analyzed in accordance with the theoretical framework adopted in this study.

The study was conducted on samples of students from Yarmouk University. A total of 300 questionaires were distributed to a randome sample of undergraduate students. Small groups of students were aslo selected to conduct in-depth interviews (individal and collective). Fiedwork lasted for about a year; quantitiative data were processed through statistical analysis whereas the qualitative results were reached through the individual and collective interviews which focused on discussing some questions included in the questionaire, in addition to other issues revealed by the statistical analysis.

Some of the study results are in agreement with the previous hypotheses while others revealed some new issues. In general, the results demonstrate that media plays an important role in shaping students' activities and interaction. The students also rely heavily on media, internet and satellite channels in particular, in meeting their needs at different levels

The results also show that the media contribute significantly to the alientation of students from their local value and cognitive and channeling them towards globalized systems of knowledge that do not belong to their local environment. Put in other words, the relationship between students of media has bypassed the normal to reach a state of addicitions and manic. Furthermore, the overwhelming proportion of students show a tendency to blind trust in the media contents given that they do not have any coherent knowledge base that enables them to discuss these contents or consciously interact with them.

On ther other hand, the results show that the entertainment content that tops the list of students' cocerns compared serious contents. Means of communication almost constitute their sole source of access to the various fields of knowledge, and thus they dominate social spaces that were traditionally occupied by other means such as the book, the school or other social institutions.

The results also demonstrate that students respond significantly to various strategies followed by the media in attractomg their attention using advanced technology, which resutls in the production of virtual reality produced mainly by the media and the related hegmonic forces.

The results show a clear lack of students' ability to distinguish and sort the contents of communication and media which they are exposed to, and thus have a weak undertanding of the real relationship between media and capital and power relations. This can be clearly noticed in the full surrender to media contents without the slightest ability to critique, respond or discuss these contents and determine the proper forms of interaction with them.

With regard to the current issues facing people in the Arab region, the study results prove that the media have played a major role in the consolidation of certain types of knowledge and awareness, which ultimately imposed certain forms of interaction with these issues, especially among the young people. This in turn begs the question about the role of media in shaping the public opinion among this segment of individuals. On the other hand, media have adopted various strategies to guide and channel young people through the creation of a homogeneous form of awareness which exceeds covering the event to promote a particular understanding of many of the current hotly debated issues.